

ПОЧТА
РОССИИ

№2

(119) 2015

ПОЧТА БЕЗ ГРАНИЦ

с. 8–39
тема номера

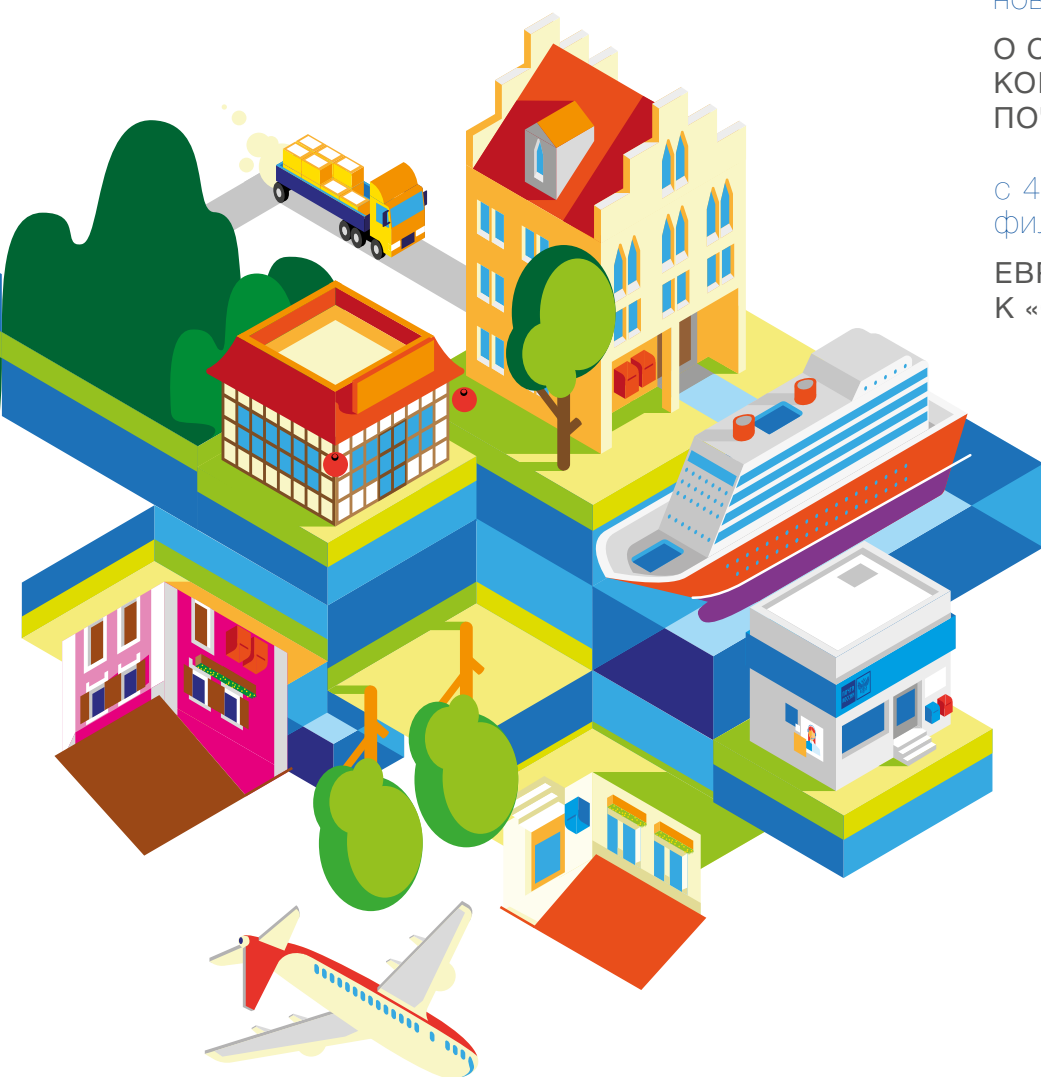
ОПЫТ РЕФОРМИРОВАНИЯ
МИРОВЫХ ПОЧТОВЫХ
АДМИНИСТРАЦИЙ

с. 6–7
НОВОСТИ

О СТРАТЕГИЧЕСКОЙ
КОНФЕРЕНЦИИ ВСЕМИРНОГО
ПОЧТОВОГО СОЮЗА

с. 40–43
ФИЛАТЕЛИЯ

ЕВРОМАРКА: ОТ «ЦИРКА»
К «СТАРЫМ ИГРУШКАМ»





ПМЭФ2015

ПЕТЕРБУРГСКИЙ
МЕЖДУНАРОДНЫЙ
ЭКОНОМИЧЕСКИЙ
ФОРУМ

ПОЧТА
РОССИИ



СИСТЕМООБРАЗУЮЩИЕ ПРЕДПРИЯТИЯ — КАК ПОВЫСИТЬ ЭФФЕКТИВНОСТЬ

БРИФИНГ

18 июня

Как сохранить доступность почтовых услуг для населения и повысить их качество до мирового уровня? К каким вызовам нужно быть готовыми с развитием интернета и электронной коммерции? Как почтовым операторам стать эффективнее?

12³⁰

На эти и другие вопросы в публичном интервью ответят:

БИШАР ХУССЕЙН Всемирный почтовый союз

ДМИТРИЙ СТРАШНОВ Почта России

ФУКУДА СЕЙКИ Почты Японии

ПАВИЛЬОН 05, ЗАЛ 5.3





ДРУЗЬЯ!

Повышение эффективности системообразующих предприятий, к которым без сомнения относятся почтовые операторы, является важнейшим элементом структурных реформ национальных экономик в современных реалиях.

Компаниям, осуществляющим обслуживание в государственных масштабах, необходимо адаптироваться к быстро меняющимся условиям рынка, появлению новых технологий, в частности — виртуальных коммуникаций.

Развитие интернета, электронной коммерции, переход на электронный формат взаимодействия с клиентом, особенно в сфере предоставления финансовых услуг, — это драйверы роста XXI века, которые на сегодняшний день явно обозначили свои преимущества.

В этом номере журнала мы представляем разные подходы к трансформации национальных почтовых служб, в чем нам помогли наши коллеги и друзья — руководители почт нескольких стран. Мы благодарим их за помощь и надеемся на дальнейшее взаимовыгодное сотрудничество во всех областях.

Дмитрий Страшнов

генеральный директор
ФГУП «Почта России»

СОДЕРЖАНИЕ

8

ТЕМА НОМЕРА

ПОЧТА БЕЗ ГРАНИЦ



4

НОВОСТИ



О СТРАТЕГИЧЕСКОЙ КОНФЕРЕНЦИИ ВСЕМИРНОГО ПОЧТОВОГО СОЮЗА

6

Почта России, РСС и ПостЕвропа:
ПЕРСПЕКТИВЫ
СОТРУДНИЧЕСТВА

16

Почта Бразилии:
СТРАНА
КРАСИВОГО ФУТБОЛА
И ЭКСПРЕСС-ПОЧТЫ

10

Опыт почтовых реформ:
ПРИМЕНИТЬ, НЕЛЬЗЯ
ОТКАЗАТЬСЯ

20

Почта Германии:
НЕМЕЦКОЕ ЧУДО

12

Почта Беларуси:
ВИЗИТНАЯ КАРТОЧКА —
ЧЕСТНОЕ ПАРТНЕРСТВО

24

Почта Казахстана:
АКЦИОНИРОВАНИЕ —
ВЫГОДЫ
И ПЕРСПЕКТИВЫ

ФИЛАТЕЛИЯ

40



ОТ «ЦИРКА»
К «СТАРЫМ ИГРУШКАМ»

28

Почта Китая:
ФИНАНСОВЫЙ ДРАКОН

32

Почта Чехии:
ДОВОЛЬНЫЙ КЛИЕНТ —
ЗАЛОГ УСПЕХА

36

Почта Финляндии:
ЗАБОТА О КЛИЕНТЕ
НА 360°



Панельная сессия «Мировые тенденции трансформации национальных почтовых операторов — новые возможности для экономики», ПМЭФ-2014

ПМЭФ-2015: ТЕМА — ПОВЫШЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ

Почта России традиционно принимает самое активное участие в Петербургском международном экономическом форуме (ПМЭФ) — ежегодном деловом российском мероприятии в экономической сфере, проводимом в Санкт-Петербурге с 1997 года, а с 2005 года еще и при участии президента России.

Каждый год количество участников превышает 4 тысячи человек, которые приезжают более чем из 60 стран. Основная аудитория форума — руководители крупнейших российских и иностранных компаний, главы государств и политические лидеры, председатели правительств, вице-премьеры, министры, губернаторы.

В 2015 году темой, которая будет обсуждаться на форуме, станет повышение эффективности системообразующих предприятий. Это важнейший элемент структурных реформ российской экономики в современных реалиях.

Сокращение издержек наряду с повышением качества услуг — ключевой элемент для повышения эффективности в условиях растущей конкуренции.

Как сохранить системообразующее предприятие в области доступных услуг связи для населения и повысить качество их оказания до мирового уровня? К каким вызовам должны быть готовы системообразующие предприятия в условиях развития интернета и электронной коммерции? Какими должны быть новые форматы взаимодействия государства и населения? Как государственным компаниям стать эффективнее? Эти и многие другие темы будут обсуждаться в Санкт-Петербурге, на ПМЭФ, в рамках брифинга по теме «Системообразующие предприятия — как повысить эффективность».

В мероприятии примут участие генеральный директор Почты Китая Ли Гуохуа, генеральный директор Всемирного почтового союза Бишар Хуссейн, исполнительный вице-президент Почты Японии Сейки Фукуда, а также топ-менеджмент системообразующих предприятий РФ и представители органов власти.

**Приглашаем участников
форума к обсуждению!**

Учредитель:

ФГУП «Почта России»

Редакционный совет:

Дмитрий Страшнов
Сергей Тимошин
Анатолий Назейкин
Ирина Кирезова

Главный редактор:

Григорий Шпоркин

Редакционная
коллегия:

Александра
Краснослабодцева
Марина Романова

Арт-директор

проекта:

Иван Сиденко

Главный консультант

выпуска:

Сергей Дукельский

Адрес редакции: ул.
Варшавское шоссе, 37,
Москва, 131000

Контакты:

(495) 956-20-67

vesti@russianpost.ru

Отпечатано:

ООО «Артишок»

 **типография Артишок**
профессиональная печать

107258, г. Москва, 1-я
ул. Бухвостова, д. 12/11
корпус 36

Подписано в печать:

04.06.2015

Дата выхода в свет:

15.06.2015

Тираж 2 500

© ФГУП

«Почта России»

Журнал

«Почта России»

зарегистрирован

в Министерстве РФ

по делам печати,

телерадиовещания

и средств массовых

коммуникаций

29 августа 2003

года. Свидетельство

о регистрации

ПИ № 77-16233

Журнал

«Почта России»

распространяется

бесплатно



1

4

НОВЫЕ ВЫЗОВЫ ПОЧТОВЫМ ОПЕРАТОРАМ

1 Конференция ВПС
в Женеве

2 Символика
Конференции

На стратегической конференции Всемирного почтового союза в Женеве обсуждались глобальные тенденции развития почтовой отрасли

В Женеве состоялась Стратегическая конференция Всемирного почтового союза (ВПС). В мероприятии приняли участие почти 750 делегатов из 135 стран. Обращаясь с посланием к ее участникам, Генеральный секретарь ООН Пан Ги Мун отметил роль почты в повседневной жизни людей и ее вклад в социально-экономическое развитие стран.

Целью проведения Конференции стало обсуждение будущих вызовов и основных векторов развития почтового сектора. Участники конференции — министры, руководители почтовых ведомств и представители международных организаций — обсудили роль почты в содействии глобальной торговле и создании социальной, финансовой и экономической доступности почтовых сервисов. Одной из тем дискуссии стала роль инноваций как гарантии релевантности почтовых сетей в контексте современного общества.

На форуме в Женеве большое внимание было уделено также теме электронной коммерции. Генеральный директор Почты России Дмитрий Страшнов под-

черкнул, что интернет-торговля будет играть значительную роль в развитии почтовых операторов.

«Превратится ли при этом почта в интернет-магазин? Конечно, нет. Нигде в мире так не произошло. Но при этом интернет-магазины могут на платформе почты предлагать услуги по заказу товара, оплате и доставке. Над этим мы сейчас совместно работаем», — подчеркнул руководитель российского почтового ведомства.

Сегодня почтовые операторы во всем мире предлагают множество электронных, финансовых и логистических услуг. Традиционные услуги по доставке письменной корреспонденции составляют лишь порядка 40% их доходов. Более того, по данным Всемирного почтового союза ежегодно фиксируется уменьшение количества отправок письменной корреспонденции, а в некоторых странах — таких, как, например, Нидерланды и Дания — это происходит гораздо быстрее, чем ожидалось.

Union
postale
universelle

140 ans
D'INNOVATION

ПОЧТА
РОССИИ

№2 (119) 2015

НОВОСТИ

2

5

Колоссальную часть доходов почтовые службы в настоящее время получают именно благодаря электронной коммерции. Объем online продаж в мире составляет уже более 1,5 триллиона долларов США в год.

Еще одной важной темой конференции стало развитие финансовых и банковских услуг на базе почтовой сети. По мнению участников мероприятия, использование почтовой инфраструктуры позволит сделать банковские услуги доступнее для населения. «Это важно делать и с социальной, и с экономической точки зрения», – отметил Дмитрий Страшнов.

Всемирная почтовая стратегия, скорректированная по итогам Конференции, будет представлена на следующем Конгрессе ВПС, который состоится в Стамбуле в 2016 году.



Всемирный почтовый союз и почтовые услуги по всему миру играют важную роль в наших совместных усилиях по построению устойчивого будущего



Пан Ги Мун
Генеральный секретарь ООН



Почта России намерена и в дальнейшем прикладывать максимум усилий в целях повышения качества предоставления услуг, которые позволят открыть новые возможности для потребителей



Дмитрий Страшнов

Генеральный директор ФГУП «Почта России»



РСС: СТРАТЕГИЧЕСКИЕ РЕШЕНИЯ

Одновременно с Петербургским экономическим форумом в Минске проходит знаковое мероприятие Регионального Содружества в области связи

Слева — Генеральный директор Исполнительного комитета Регионального содружества в области связи (ИК РСС) Нурудин Мухитдинов

С момента своего возникновения Региональное Содружество в области связи (РСС) стало центром совместной работы национальных администраций по обеспечению функционирования отрасли в межгосударственном масштабе. Благодаря общим усилиям участников РСС удалось сохранить единство телекоммуникационного и почтового пространства на территории бывшего СССР и сегодня практически

во всех бывших союзных республиках эксперты отмечают тенденцию к развитию отрасли.

Таким образом, главную задачу деятельности РСС — укрепление и расширение взаимовыгодных отношений между участниками Содружества, — можно считать успешно решаемой.

В Минске, на региональной конференции по Стамбульской всемирной почтовой

стратегии будут определены приоритеты Содружества на цикл Всемирного почтового союза 2017-2020 годов.

При обсуждении темы «Оказание поддержки странам Европы и СНГ в реформе почтового сектора» ожидается принятие важных решений по вопросам разработки, формулирования и реализации планов по реформированию почтовой отрасли в странах участников РСС.



ПРЕМЬЕР ПОЖЕЛАЛ УСПЕХА

В мае в Москве состоялось совместное заседание 50-го Совета глав администраций связи РСС и 21-го Координационного совета государств-участников СНГ по информатизации

Все флаги в гости к нам: совещание РСС в Москве

В заседании приняли участие делегации полномочных членов РСС — Азербайджана, Армении, Беларуси, Казахстана, Кыргызстана, Молдовы, России, Таджикистана, Туркменистана, а также приглашенные от Исполкома СНГ, Межпарламентской ассамблеи СНГ, Международного союза электросвязи, Всемирного почтового союза, Panaфриканского почтового союза (РАРУ) и др.

Заседание вел Председатель Совета РСС и Координационного совета, министр связи и массовых коммуникаций Российской Федерации Николай Никифоров.

Председатель Правительства Российской Федерации Дмитрий Медведев так приветствовал это событие:

«...Желаю участникам совместного заседания плодотворно поработать, обсудить актуальные профессиональные

вопросы и наметить новые перспективные проекты, направленные на развитие взаимовыгодного сотрудничества и многопланового партнерства на пространстве СНГ».

Кстати, именно на этом объединенном Совете на должность Генерального директора Исполнительного комитета РСС в четвертый раз был избран Нурудин Мухитдинов — сроком до 31 декабря 2019 года.



ПОСТЕВРОПА: «ГОРЯЧИЕ ТЕМЫ»

Трансграничная и электронная торговля становятся главными темами обсуждений на открытых площадках почтового союза Европы



Плодотворное сотрудничество — основа деятельности ПостЕвропы

Региональный союз «Ассоциация государственных почтовых операторов (ПостЕвропа)» был образован в январе 1993 года. На сегодняшний день в Союз входят 52 почтовых оператора из 49 стран.

Актуальной задачей ПостЕвропы на протяжении многих лет остается определение расхождений между законодательствами стран ЕС и стран, не входящих в него и уменьшение этих расхож-

дений в целях гармонизации законодательства для улучшения работы почтовых операторов.

При этом время диктует новые условия почтовикам. Взрывной рост трансграничной онлайн торговли, ее последствия для безопасности и таможенных процессов, пересмотр многих национальных стратегий диверсификации почтовой связи, необходимость становиться

все более и более экологичными — все это в шорт-листах задач топ-менеджмента почтовых администраций стран-участниц ПостЕвропы. Буквально за неделю до ПМЭФ-2015 в Брюсселе закончилась очередная конференция под эгидой ПостЕвропы, на которой обсуждалась именно эта тематика.

АРКАДИЙ ДВОРКОВИЧ НА ВИРТУАЛЬНОЙ ПОЧТЕ

В Сколково Почта России организовала тур по почтовому отделению будущего

Заместитель Председателя правительства РФ Аркадий Дворкович стал одним из первых посетителей виртуального почтового отделения будущего

До конца года почтовые отделения нового формата будут открыты в 11 крупнейших городах страны. «Ключевая задача новых отделений — борьба с очередями, повышение качества и скорости обслуживания, современный удобный формат предоставления услуг», — подчеркивает Инесса Галактионова, заместитель генерального директора Почты России по почтовому бизнесу.



В отделениях будущего выделены зоны по направлениям услуг. Первая — «24/7» — зона круглосуточного обслуживания с платежными терминалами и банкоматами. В зоне финансовых услуг клиенты смогут получать пенсии и пособия, а также отправлять и получать денежные переводы, оформлять страховые полисы, оплачивать коммунальные и другие услуги. Зона отправки и получения посылок переведена

на формат самообслуживания: помимо почтоматов для круглосуточного получения посылок здесь появятся инновационные коробки, которые собираются всего за 5 секунд. Розничная торговля периодикой, канцтоварами и почтовой продукцией будет организована по принципу супермаркета и расположится в клиентском зале.



БИШАР
АБДИРАХМАН
ХУССЕЙН

Генеральный директор
Всемирного Почтового
Союза



В деятельности такой организации, как Всемирный почтовый союз, важную роль играет солидарность и сотрудничество между всеми входящими в него организациями. Я рад подтвердить, что Российская Федерация является активным членом нашего международного сообщества. Это находит свое отражение в работе всех ключевых структур Союза.

Российская Федерация, в лице своего представителя — Почты России — является сопредседателем комитета ВПС по одному из самых перспективных направлений развития почтовых администраций мира — почтово-финансовых услуг.

Кроме финансового сектора, мы видим активное участие российских коллег в таких рабочих группах ВПС, как филателия, почтовые технологии, электронные сервисы. Мы ценим это участие и призываем Почту России максимально эффективно используя опыт коллег по ВПС, продолжать активно двигаться вперед.





UPU

UNION
POSTALE
UNIVERSELLE

ТЕМА НОМЕРА

ПОЧТА БЕЗ ГРАНИЦ



ПРИМЕНИТЬ, НЕЛЬЗЯ ОТКАЗАТЬСЯ

Национальные почтовые администрации мира являются не только традиционными партнерами Почты России. На их примере можно проанализировать опыт реализации почтовых реформ и сделать выводы относительно их эффективности

Почта России к 2023 году должна войти в пятерку мировых почтовых операторов по рентабельности. Такая цель поставлена в Стратегии развития предприятия, разработанной Министерством связи и массовых коммуникаций РФ.

10 следующих лет Почта России будет трансформироваться в самоокупаемый почтовый бизнес. Аналитики отрасли, отмечая высокий потенциал российского почтового оператора в начатом движении к заданной цели, особо подчеркивают, что на этом пути менеджменту компании пригодится опыт зарубежных коллег — таких, как Deutsche Post, ChinaPost и др.

Согласно Стратегии развития Почты России, одобренной Правительством РФ, в ближайшие пять лет капитальные затраты на модернизацию почтовой службы составят 131 миллиард рублей. Основная часть средств пойдет на модернизацию почтовых отделений, а также на совершенствование логистики и ИТ-системы. При этом Почта России должна будет постепенно наращивать долю доходов, получаемых от банковских услуг.

МИРОВОЙ ОПЫТ

Каждая национальная почтовая служба по-своему уникальна и неповторима, но все почтовые службы сталкиваются со схожими вызовами и задачами. Главное при этом — оставаться эффективными в условиях быстро меняющихся экономических условий, сохранять социальную функцию почты наряду с коммерческим успехом. Деятельность зарубежных коллег, уже прошедших основной этап реформирования, служит для Почты России примером эффективного построения филиальной сети, плодотворного взаимодействия с государством и работы над улучшением качества сервиса и повышением клиентоориентированности.

Успешное развитие национальных почтовых операторов — это постоянный баланс между обеспечением надежности, узнаваемости и некоторой традиционности и непрерывным внедрением новейших практик и технологий. Ярким примером почтовой службы-новатора можно назвать Почту Бразилии. Еще в середине XIX века в этой стране был создан прототип



современного сортировочного центра. В наши дни Почта Бразилии не только обладает самой масштабной в стране сетью отделений, но и реализует целый ряд уникальных социальных проектов. Подробнее об опыте реформ крупнейшего почтового оператора Латинской Америки — в материале «Страна красивого футбола и экспресс-почты».

Другой пример успешных инноваций в почтовой связи — Почта Казахстана, не так давно ставшая акционерным обществом. Возможности для повышения эффективности наши казахские коллеги видят буквально повсюду: разрабатывают почтовые маршруты, оснащают транспорт GPS-системами, совершенствуют обслуживание за счет внедрения новых сервисов для обработки персональных данных клиентов в почтовых отделениях, и т.д. Подробнее об этом — в статье «Акционирование Казпочты: выгоды и перспективы».

НАВСТРЕЧУ КЛИЕНТУ

Еще один ключевой посыл, определенный в Стратегии реформирования Почты России — это клиентоориентированность. О том, как сделать почту максимально адаптированной к потребностям клиента, как эффективно расширять линейку предоставляемых услуг и сервисов, внедрять новые технологии и решения, при этом извлекать максимальную прибыль из логистики, эргономики офисов и даже самого расположения почтовых отделений — читайте в материалах, подготовленных при участии руководителей Почт Беларуси и Чехии.

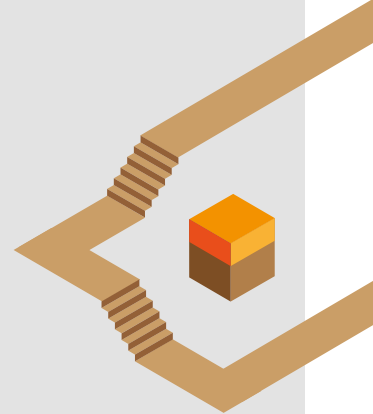
ПОЧТА И ФИНАНСЫ

Ключевым элементом Стратегии развития Почты России должна стать оптимизация линейки финансовых продуктов и — в перспективе — создание почтового банка. Именно за счет банковских услуг, начиная с 2018 года, может формироваться половина прибыли Почты России, расходовать которую планируется, в том числе, на модернизацию почтовой системы. Как показывает мировой опыт, создание банка на базе почты — гарантированный способ сделать почтового оператора с разветвленной сетью эффективным без масштабных государственных дотаций.

Об эффективности такой модели говорит опыт проведения почтовых реформ в Германии и Китае. Почтовый банк Китая на сегодняшний день обслуживает более 400 млн клиентов на базе 40 тысяч отделений — это крупнейшая в мире банковская сеть. А Deutsche Post создала одну из самых узнаваемых и вызывающих доверие банковскую структуру Европы, которая даже после формального выхода из состава почтовой службы, по-прежнему продолжает ассоциироваться у населения страны именно с почтой. Об опыте зарубежных коллег по реформированию почтовой отрасли читайте в материалах «Немецкое чудо» и «Почтовый дракон».

ПОЧТОВАЯ ФРАНШИЗА

Для сохранения и расширения филиальной сети зарубежные почтовые администрации успешно применяют модель франчайзинга. Так, большинство обслуживающих точек финской Posti Group находятся в магазинах и предприятиях сферы услуг, которые работают по удлинённому графику. Это позволяет клиентам Posti Group пользоваться почтовыми услугами в любое удобное для них время. За счет перехода на такую модель появляется возможность сделать упор на наиболее популярных услугах — например, открывать дополнительные пункты приема и выдачи посылок. О том, какие еще преимущества для клиентов почты дает модель франчайзинга, можно узнать из публикации «Забота о клиенте на 360°».





МИНСК

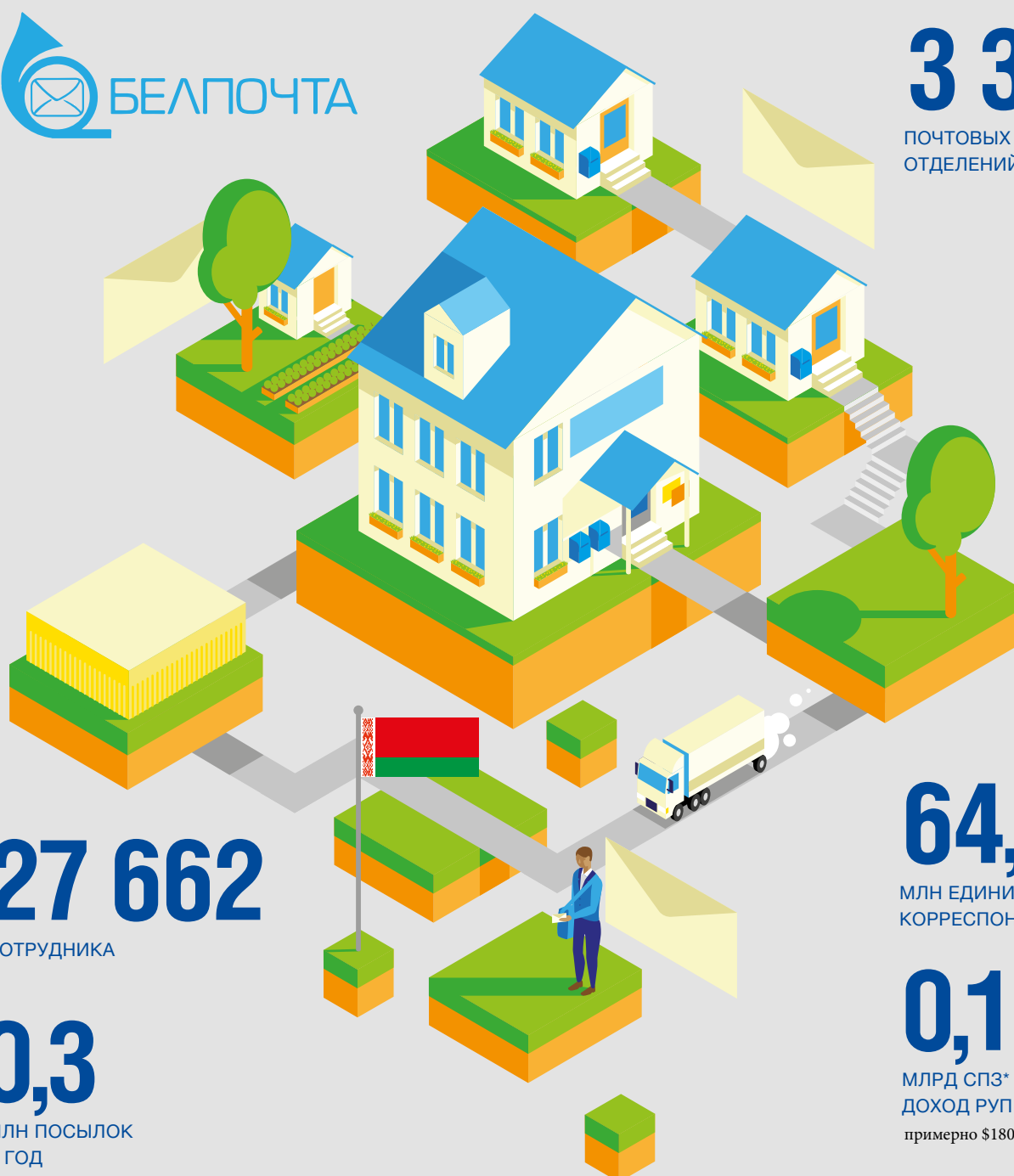
ПЛОЩАДЬ
207 600 км²

НАСЕЛЕНИЕ
9 466 тыс. чел.



3 327

ПОЧТОВЫХ
ОТДЕЛЕНИЙ



27 662

СОТРУДНИКА

0,3

МЛН ПОСЫЛОК
В ГОД

64,2

МЛН ЕДИНИЦ ПОЧТОВОЙ
КОРРЕСПОНДЕНЦИИ В ГОД

0,13

МЛРД СПЗ* ГОДОВОЙ
ДОХОД РУП «БЕЛПОЧТА»
примерно \$180 млн

Источник: www.belpost.by

*СПЗ – специальные права заимствования, искусственное резервное и платежное средство Международного валютного фонда

ПОЧТА БЕЛАРУСИ

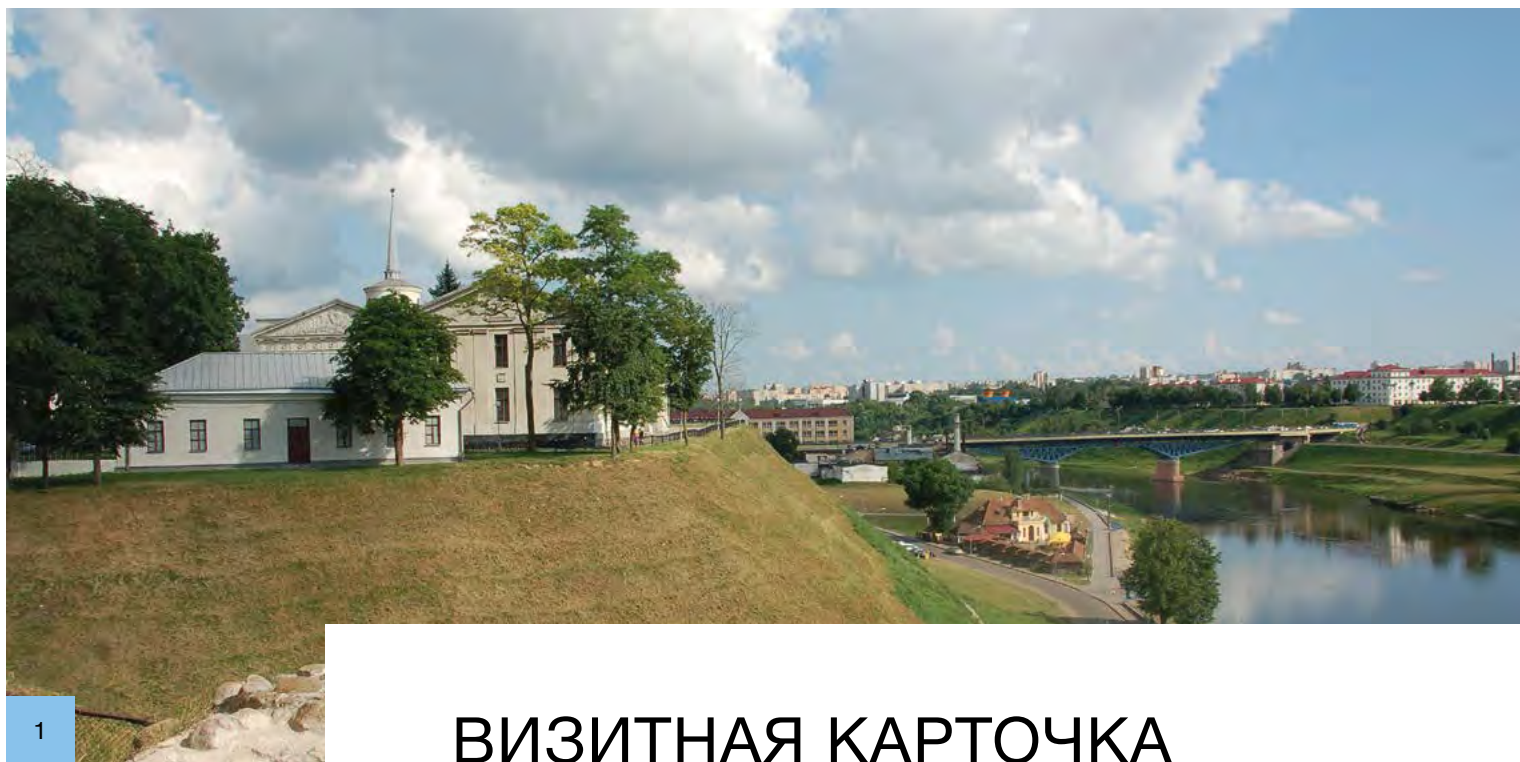
Республиканское унитарное предприятие «Белпочта» выполняет свою главную миссию — предоставление услуг почтовой связи для населения, органов государственного управления, предприятий и организаций, руководствуясь девизом «Быстрота. Надежность. Доступность».

Развитие и внедрение оказываемых услуг ведется планомерно на территории всей республики. Особое внимание уделяется отделениям почтовой связи, расположенным на территории агрогородков, где уже сегодня оказываются услуги по приему платежей с оперативной передачей данных, обеспечивается доступ в Интернет, имеется возможность расчета посредством банковских пластиковых карт.

Как на национальном, так и на международном уровнях успешно функционирует автоматизированная система отслеживания почтовых отправлений.

РУП «Белпочта» вручены сертификаты, свидетельствующие о соответствии качества услуг почтовой связи в Беларуси мировым стандартам.





1

14

ВИЗИТНАЯ КАРТОЧКА БЕЛПОЧТЫ — ЧЕСТНОЕ ПАРТНЕРСТВО

Что такое белорусская Почта в понимании ее лидера Ирины Саксоновой? В первую очередь это плеяда профессионалов, которых знают и уважают коллеги и партнеры

1 Белорусские города — гармония традиций и современности. То же самое можно сказать о Почте Беларуси

2 В рамках модернизации почтовых отделений Беларуси установлено уже более 380 платежно-справочных терминалов

3 Современное оборудование позволяет белорусским почтовикам обрабатывать большие объемы корреспонденции

«Выстраивая работу РУП «Белпочта», я всегда обращаю внимание коллег на то, что для нас это не просто служба. Это наша жизнь, где нет таких понятий, как «начало» и «конец» рабочего дня — работа у нас всегда, когда есть задача, которую нужно решить. Каждый работник предприятия может позвонить или прийти ко мне со своей проблемой в любое время. Таково правило Белпочты.

Опыт и профессионализм в почтовом деле приобретаются только серьезной практикой и повышением квалификации через нашу систему обучения, поэтому карьерный рост в Белпочте заслуженный, «человека с улицы» у нас встретишь редко. И желающих расти много. Единовременно и без отрыва от производства мы обучаем более тысячи работников.

Внутренние правила жизни в коллективе диктуют и нашу главную «внешнюю» особенность: честное партнерство во всем. Наши сотрудники не на словах, а на деле гордятся доверием, которое оказывают им клиенты. Это проявляется везде, от общения в от-

делениях до деловых переговоров на самом высоком уровне.

Почте не раз предсказывали «скорую кончину» в век электроники. Но спрос на наши услуги не иссяк, он даже растет. А если есть спрос, должно быть и качественное предложение

Наиболее тесно Белпочта, конечно, сотрудничает с регулятором — Министерством связи и информатизации Республики Беларусь. Мы принимаем участие в реализации ряда государственных программ, например, программы устойчивого развития села, программы по созданию безбарьерной среды и в других государственных инициативах.

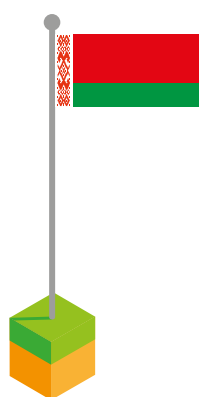
Именно при поддержке государства Белпочта смогла выстроить информационно-технологическую сеть, автоматизировав все без исключения рабочие места, в том числе и в передвижных отделениях почтовой связи. Это дало возможность вывести услуги на новый



2 3



15



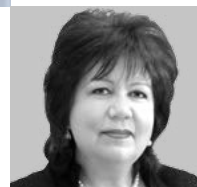
уровень качества, почти повсеместно отменить бумажный документооборот, попутно сократив раздутый штат контролирующих работников.

Я родом из СССР. На постсоветском пространстве живут мои друзья, родственники, просто знакомые. Для меня Россия — это дружественная страна, где все близко: язык, природа и люди

Хочу пожелать российским коллегам дальнейших успехов в их труде. Масштабы страны с 11 часовыми поясами впечатляют. Я, как почтовик понимаю, сколько сложностей это добавляет в работе. Тем не менее в России, на мой взгляд, выстроена и продолжает совершенствоваться рациональная и дееспособная система почтовой связи с учетом всех особенностей географических и климатических зон. Как бы ни критиковали работу Почты, система функционирует. Российской Почте есть чем гордиться. И так будет всегда».



Мы реализовали у себя линейку новых сервисов «Комфорт», которые позволяют клиентам получать на мобильные телефоны самую оперативную информацию о движении своих почтовых отправлений



**Ирина
Саксонова**

генеральный
директор
РУП «Белпочта»





БРАЗИЛИЯ

ПЛОЩАДЬ
8 514 877 км²

НАСЕЛЕНИЕ
195 000 тыс. чел.



4,2

МЛРД СПЗ* ГОДОВОЙ
ДОХОД CORREIOS
примерно \$5,9 млрд

115,6

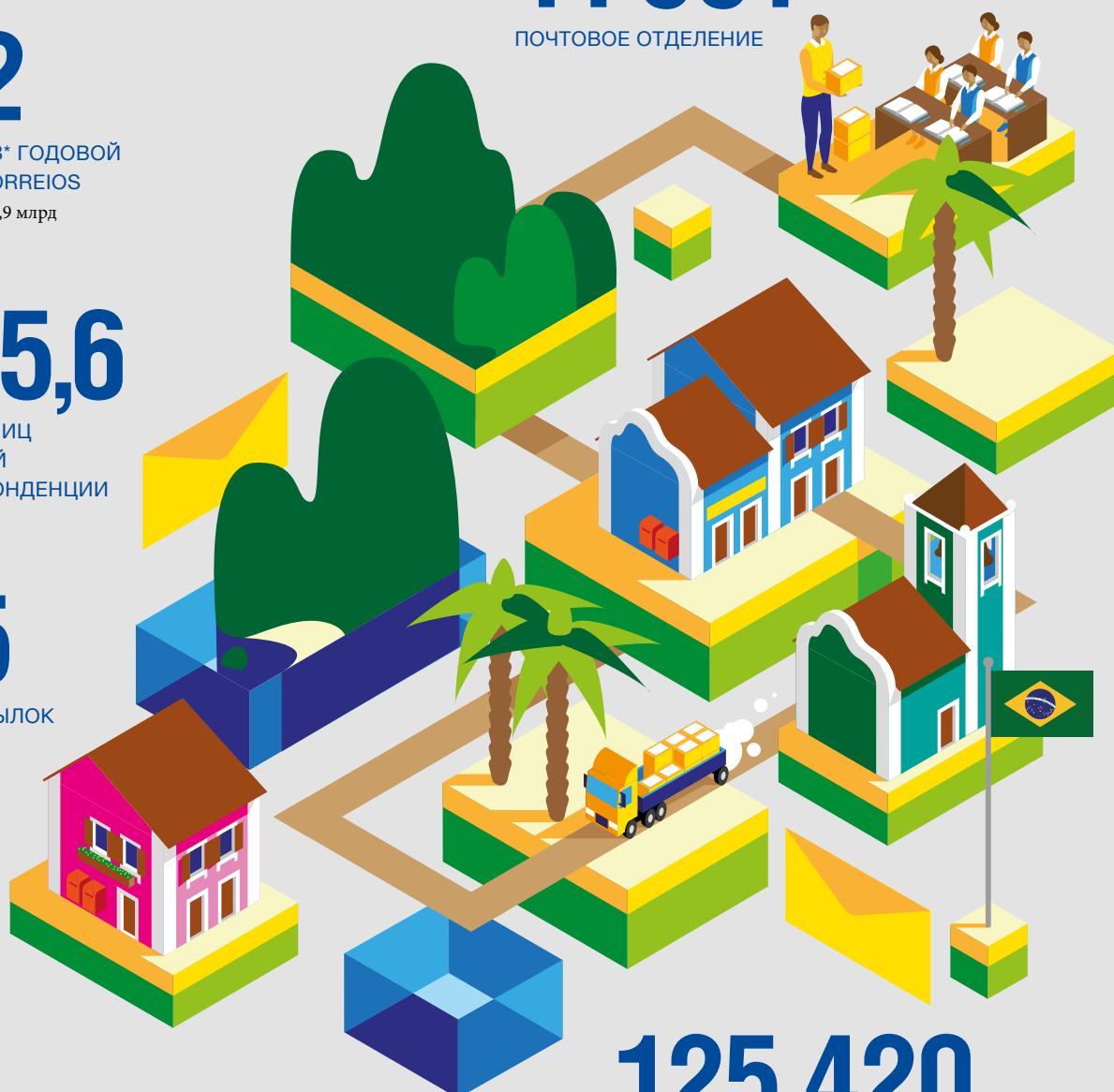
МЛН ЕДИНИЦ
ПОЧТОВОЙ
КОРРЕСПОНДЕНЦИИ
В ГОД

1,5

МЛН ПОСЫЛОК
В ГОД

11 991

ПОЧТОВОЕ ОТДЕЛЕНИЕ



125 420

СОТРУДНИКОВ

Источник: www.correios.com.br

*СПЗ – специальные права заимствования, искусственное резервное и платежное средство Международного валютного фонда

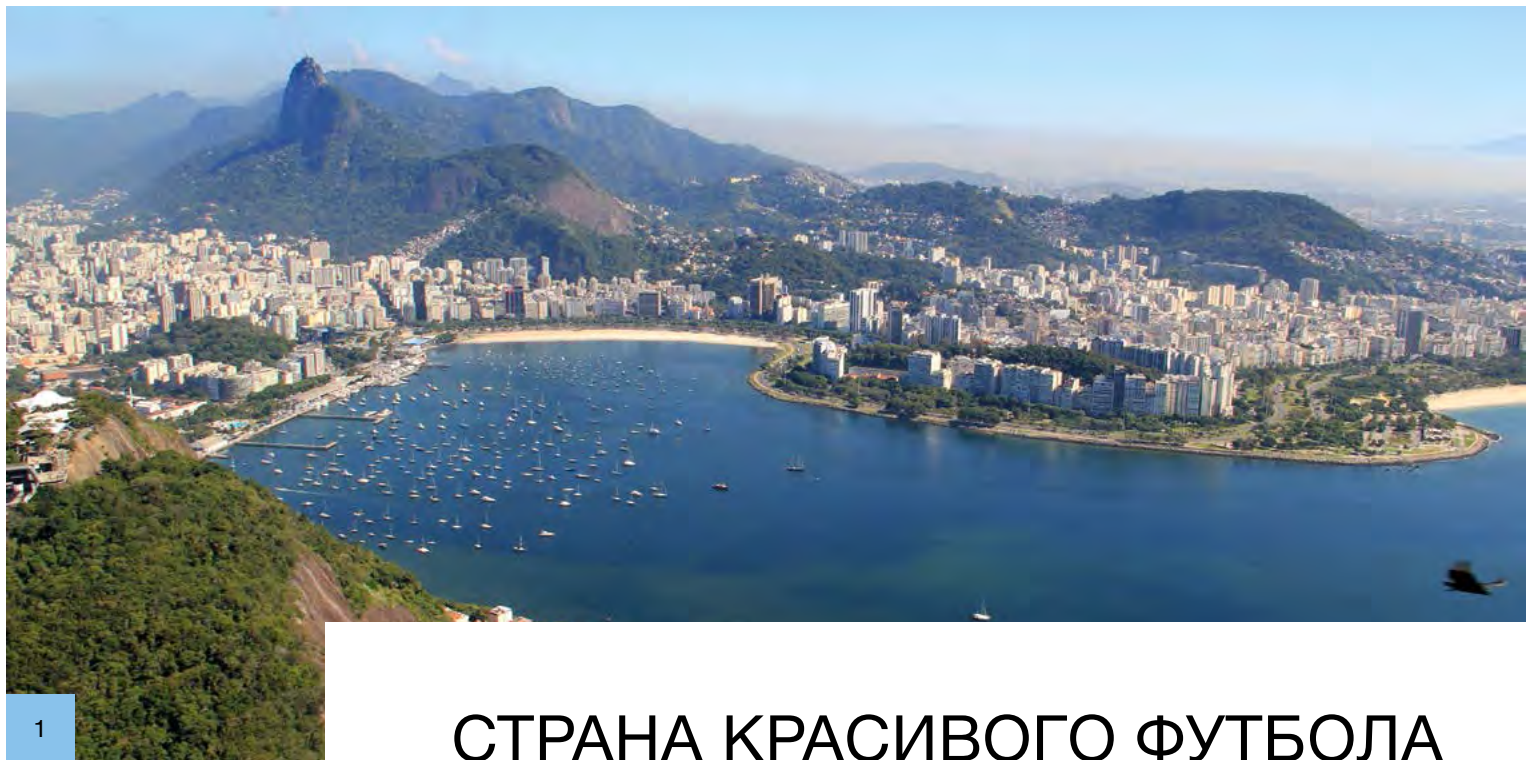
ПОЧТА БРАЗИЛИИ

Бразилия похожа на Россию если не климатом и масштабами, то спецификой: сосредоточением требовательной почтовой клиентуры в мегаполисах с одной стороны и труднодоступностью, малонаселенностью более половины точек доставки почты в сельской местности — с другой.

Бразильская Почта (Correios) во многом уникальна. Служба была основана 25 января 1663 года и стала второй после Великобритании страной мира, выпустившей почтовые марки для обращения по всей стране. Как и на британских, на бразильских марках изначально не было указано название государства. Первая в Западном полушарии успешная попытка создать аналог почтового сортировочного центра была предпринята именно в Бразилии в 1849 году.

350 лет почтовой истории превратили Correios в культовый бренд, ассоциирующийся у клиентов с эффективностью и надежностью предоставляемых бразильской почтой услуг.





1

18

СТРАНА КРАСИВОГО ФУТБОЛА И ЭКСПРЕСС-ПОЧТЫ

О Почте Бразилии и ее проектах, аналогов которым нет в мире, рассказывает глава компании Вагнер Пиньеро де Оливейра

- 1 В Бразилии — самая масштабная сеть современных почтовых офисов континента
- 2 Ежедневно почтовый банк Correios осуществляет 1,8 миллиона операций
- 3 Ежегодно Correios доставляет 150 млн учебников для 37 млн школьников и студентов

Как и Почта России, Correios играет важную роль в вопросах социальной интеграции: 54,3% выручки компании — это предоставление универсальных услуг по доставке писем, телеграмм, посылок, массовой рассылке уведомлений от органов власти и государственных служб.

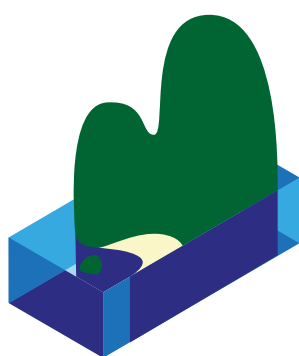
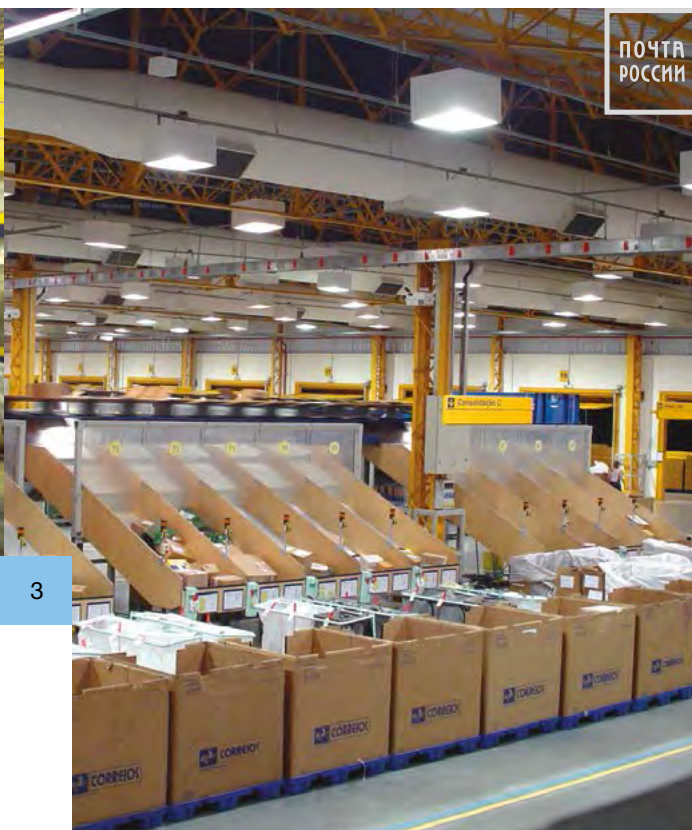
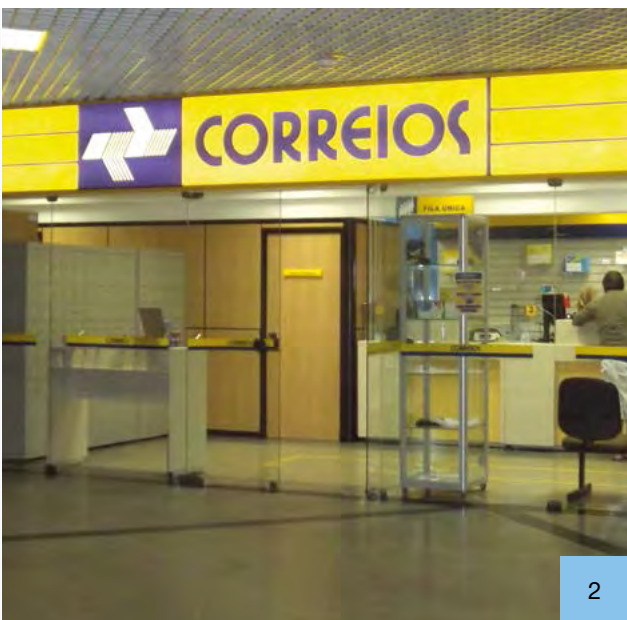
Самая масштабная в стране сеть отделений позволяет Почте Бразилии успешно развивать собственный почтовый банк. Большинство бразильцев — особенно жителей небольших городов и отдаленных поселков — предпочитают размещать свои вклады и открывать бизнес-счета именно в почтовом банке Correios. «С момента создания нашего банка тысячи людей, которые раньше ездили в соседний город, чтобы произвести простую банковскую операцию, смогли получить комфортные банковские сервисы в своем собственном населенном пункте. Им достаточно теперь зайти на почту. Считаю это одним из главных достижений Почты Бразилии за последние десятилетия», — подчеркивает президент компании Вагнер Пиньеро де Оливейра.

Почта Бразилии — компания, осуществляющая по заказу правительства

целый ряд уникальных мероприятий общегосударственного значения. Так, например, Correios реализует совместный логистический проект с Министерством образования Бразилии по ежегодной доставке учебников во все муниципальные и государственные учебные заведения. Это одна из крупнейших логистических операций такого рода в мире. Почта Бразилии выполняет ее с 1994 года. В рамках проекта ежегодно доставляется 150 миллионов учебников для 37 миллионов школьников и студентов — это примерно 90 000 тонн почтового груза.

Предприятием руководит Исполнительный Совет — аналог совета директоров в коммерческих компаниях. В состав Совета, помимо президента, входят восемь вице-президентов по ключевым направлениям: почтовый бизнес, финансы, персонал, логистика, администрирование, технологии, инфраструктура, работа с клиентами, юридические вопросы.

Что касается сотрудничества с Почтой России, Вагнер Пиньеро де Оливейра оценивает его так:



«Наши страны активно поддерживают институциональные и политические связи в рамках БРИКС, и я твердо верю, что бразильские и российские почтовые операторы имеют прекрасную возможность аналогичным образом выстраивать более тесные коммерческие отношения и обмениваться передовыми практиками. Также хочу подчеркнуть, что представители наших стран плодотворно работали в профильном комитете ВПС, и я буду рад, если наши связи с Россией будут и далее развиваться по всем направлениям почтового бизнеса».

Сам господин де Оливейра, как и любой бразилец, больше всего любит играть в футбол. «Если, конечно, удастся выгадать для этого свободное время», — уточняет глава бразильской почты. В почтовом ведомстве Бразилии существует собственный футбольный турнир, победитель которого награждается переходящим кубком. Нередко на поле вместе с почтовиками выходит и министр связи Бразилии Рикардо Берзони. Причем он всегда играет за разные команды, чтобы никого не обидеть. Ведь главное для настоящего бразильца — это сама игра!



Мы запустили совместный с Россией филателистический проект, отражающий сотрудничество двух стран в освоении космоса. Он оказался удачным. Я буду рад, если мы повторим успех, отразив в этот раз роль национальных почтовых операторов в социально-экономическом развитии двух стран. Надеюсь, это будет сделано уже в 2016 году



Вагнер
Пиньеро де
Оливейра

президент Correios
консультант
публикации





БЕРЛИН

ПЛОЩАДЬ
357 021 км²

НАСЕЛЕНИЕ
80 780 тыс. чел.

Deutsche Post 

49,3

МЛРД СПЗ* ГОДОВОЙ
ДОХОД DEUTSCHE
POST AG

примерно \$68,8 млрд

472 321

СОТРУДНИК

53 000

ПОЧТОВЫХ ОТДЕЛЕНИЙ

из них 40 000 — на условиях
франчайзинга

1 033

МЛН ПОСЫЛОК В ГОД

20 498

МЛН ЕДИНИЦ ПОЧТОВОЙ
КОРРЕСПОНДЕНЦИИ В ГОД

Источник: Годовой отчет Почты Германии, 2015 г.

*СПЗ – специальные права заимствования, искусственное резервное и платежное средство Международного валютного фонда

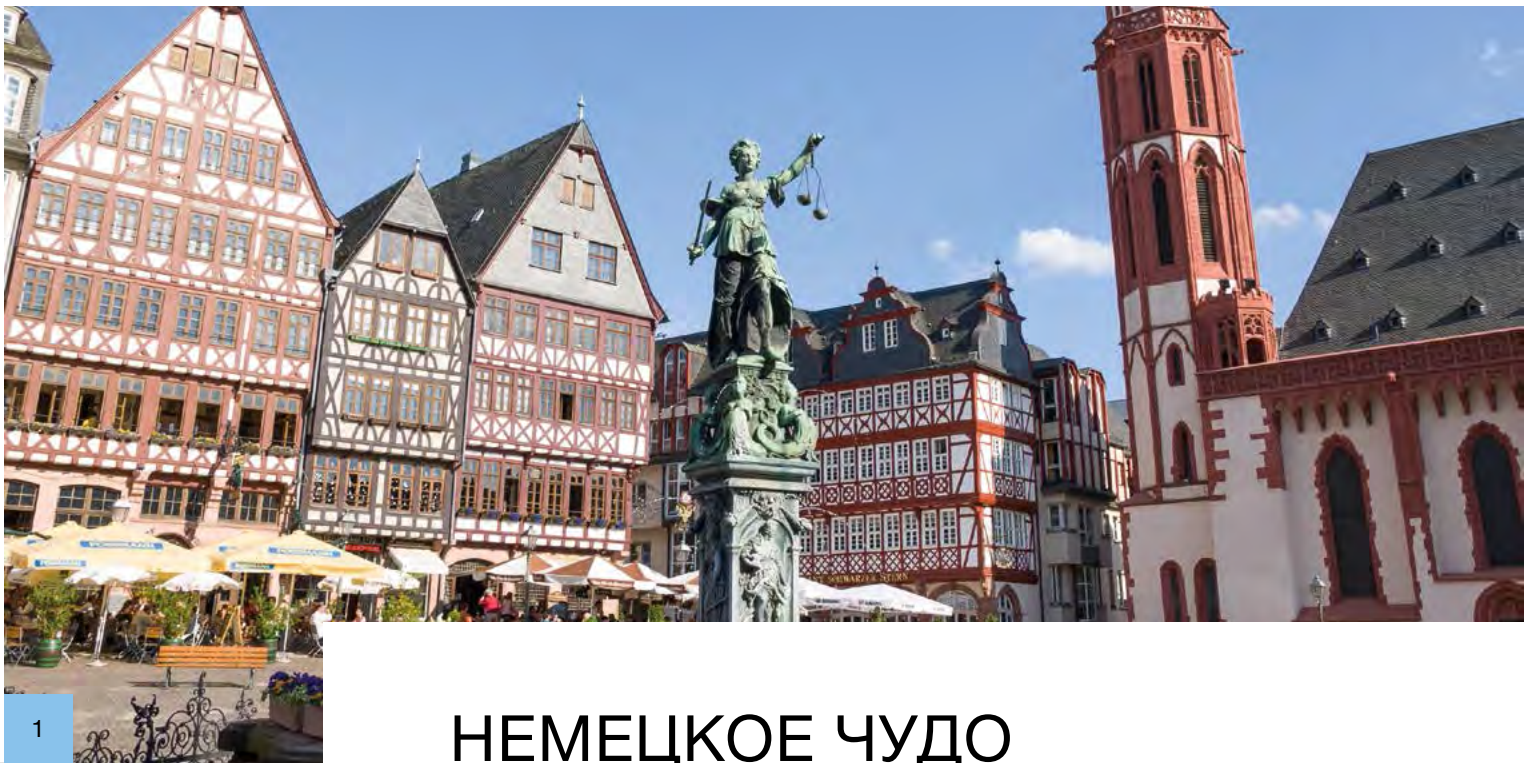
ПОЧТА ГЕРМАНИИ

Двадцать лет назад, 1 января 1995 года немецкий почтовый оператор Bundespost стал акционерным обществом Deutsche Post AG.

Этот день можно считать точкой отсчета трансформации почтовой инфраструктуры не только Германии, но и Европы, а затем и всего мира. Если в начале 1990-х только четверть почтовой корреспонденции адресаты получали в приемлемые сроки, то к концу десятилетия уже 95% писем доставлялись на следующий день после отправки.

Новый уровень качества услуг пришелся по вкусу клиентам почтового оператора, и они захотели получать такой же сервис в любой точке Европы. В декабре 1997 года был принят федеральный закон, позволивший Deutsche Post AG расширить зону своей работы за пределы государственных границ Германии и создать единую систему почтовой доставки и унифицированного набора сервисов по всей Европе. Началось движение к заветной цели немецких почтовиков: стать №1 на рынке логистических услуг континента.





1

НЕМЕЦКОЕ ЧУДО

Пожалуй, нет на европейском континенте другой почтовой администрации, настолько успешно осуществившей свои самые амбициозные планы

1,2,3

Германия и ее
Почта — это
гармоничное
сочетаний традиций
и современности

1998-й стал годом превращения Deutsche Post из национального почтового оператора в европейского логистического игрока, отличающегося немецкой педантичностью и аккуратностью. Именно тогда была выстроена первая общеевропейская сервисная сеть Euro Express, работавшая в сфере трансграничной торговли.

Предложение было столь своевременным, что уже через несколько лет после запуска сети Почта Германии утвердила за собой лидерство в экспресс-доставке по всей Европе.

Далее последовали не менее удачные внешние приобретения. Покупка транспортной компании DHL International и ведущего частного почтового оператора США Global Mail открыли перед немцами американский рынок. Правительство Германии, видя успехи почтовиков, уступило им свою долю в Deutsche Postbank. Вскоре последовало громкое объявление о покупке старейшего швейцарского логистического оператора Danzas (на международном рынке с 1815 г.) и американского лидера грузовых авиаперевозок Air Express International с филиалами, логистическими центрами и таможенными терминалами в 135 странах мира.

Новые активы стали частями единого трансконтинентального бизнеса. По сути, именно с этого момента Deutsche Post AG стала предлагать по всему миру свою «великолепную четверку»: почтовые услуги, услуги экспресс-доставки, логистические и финансовые решения для бизнеса.

20 ноября 2000 года почтовики вышли на IPO, ставшее крупнейшим первичным размещением года в Германии и третьим — во всем мире. При этом 145 тысяч сотрудников Почты получили акции по привилегированной подписке и стали полноправными совладельцами родного предприятия.

В 2002 году немецкий почтовый топ-менеджмент утвердил знаменитую программу STAR, состоящую из 115 проектов, имеющих общую цель: достигнуть к 2005 году EBITA в 1,4 млрд евро. Забегая вперед, скажем, что этот план был даже перевыполнен — на более чем 40 миллионов евро. Кроме того, в феврале 2012 года Deutsche Post DHL успешно завершила четырехлетний поэтапный выход из банковского бизнеса, получив

Автор текста:
Григорий Субботин.

Подготовлено
на основе
Deutsche Post DHL
Milestones 1990–2013

от Deutsche Bank 2,79 миллиарда евро за 86,4 млн акций Postbank и сосредоточившись целиком на логистике.

В чем же секрет успеха программы STAR? До нее любая инновация встраивалась в архитектуру компании как составляющая только одного из трех брендов — Deutsche Post, DHL, или Postbank. Но такой подход устарел.

«Один бренд — одно лицо компании в глазах клиента» — решили немцы. И не прогадали. Синергия с «креном» в пользу DHL только на первом этапе дала прирост операционной прибыли более чем на 40%!

Общий итог: на сегодняшний день Deutsche Post DHL решает практически бесконечный спектр различных логистических задач в любой точке мира. Как подчеркивают в самой компании, «мы стремимся стать выбором № 1 не только как грузоперевозчик, но и как работодатель, и как объект для инвестиций. Мы помогаем нашим клиентам, сотрудникам и инвесторам становиться более успешными».



Есть несколько стран, которые будут служить нашим фундаментом в будущем. Это Китай, Индия, Бразилия и Россия, иными словами, страны БРИК, а также Мексика. За ними, определенно, будущее



**Франк
Аппель**

Президент и
исполнительный
директор
Deutsche Post



DHL — ЭТО:

1. DHL Express — срочные грузы по принципу «от двери до двери» в 220 странах мира
2. DHL Global Forwarding — логистика любой конфигурации, от стандартных операций и решений до индивидуальных промышленных проектов
3. DHL Supply Chain — лидер рынка контрактной логистики
4. DHL Global Mail — международный эксперт в области специализированных почтовых услуг и B2C-решений для доставки посылок





АСТАНА

ПЛОЩАДЬ
2 724 900 км²

НАСЕЛЕНИЕ
17 417 тыс. чел.

ҚАЗПОЧТА



30,5

МЛРД ТЕНГЕ ГОДОВОЙ
ДОХОД АО «ҚАЗПОЧТА»
примерно \$170 млн

0,1

МЛН ПОСЫЛОК
В ГОД

7

МЛН ЕДИНИЦ
ПОЧТОВОЙ
КОРРЕСПОНДЕНЦИИ
В ГОД

3 119

ПОЧТОВЫХ ОТДЕЛЕНИЙ

21 956

СОТРУДНИКОВ



ПОЧТА КАЗАХСТАНА

Программа трансформации бизнеса АО «Казпочта» была запущена в июне 2014 года. В основе программы — формирование единой, прозрачной, стандартизированной процессной модели, определение процессов деятельности, подлежащих автоматизации, и анализ навыков и компетенций людей, необходимых для выполнения новых задач и повышение их уровня.

На данный момент компания успешно прошла подготовительную стадию «Подготовка и мобилизация» и приступает к реализации следующей стадии «Диагностика и дизайн». Суть текущей стадии — тщательный анализ бизнес-процессов компании и описание тех изменений, которые дадут нужный эффект в плане повышения производительности и эффективности компании.

«Казпочта» уже сейчас внедряет отдельные проекты и решения трансформации. Например, ввод в эксплуатацию постаматов, внедрение смс-уведомлений получателей посылок, портал www.postmarket.kz, через который можно оформить подписку или продавать свои товары.





1

1 Астана — современный мегаполис, и требования его жителей к качеству инфраструктурных сервисов (в том числе почтового) — повышенные

2 Технические новшества внедряются на всех этапах работы казахстанских почтовиков

3 Вход в современный офис Казпочты

АКЦИОНИРОВАНИЕ КАЗПОЧТЫ: ВЫГОДЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ

О неоспоримых преимуществах акционирования почтового ведомства рассказывает глава Почты Казахстана Багдат Мусин

В сфере почтовых услуг регулятором деятельности Казпочты является Комитет связи, информации и информатизации Министерства инвестиций и развития РК, в области финансовых услуг — Национальный Банк РК.

«Мы тесно сотрудничаем с Комитетом по вопросам, связанным с тарифами на универсальные услуги, по доставке периодических печатных изданий, принимаем активное участие в разработке Закона «О почте». Вместе с этим, взаимодействие с органами власти также осуществляется как с клиентами: Верховный суд и Генеральная прокуратура используют наши сервисы, здесь уже взаимоотношения построены в виде клиент/поставщик и четко прописаны в договорных отношениях, это наши бизнес-партнеры», — рассказывает Председатель правления АО «Казпочта» Багдат Мусин.

Рабочий процесс по взаимодействию Казпочты с органами государственной власти выстроен в разных направлениях — это и бизнес, и социальная ответственность,

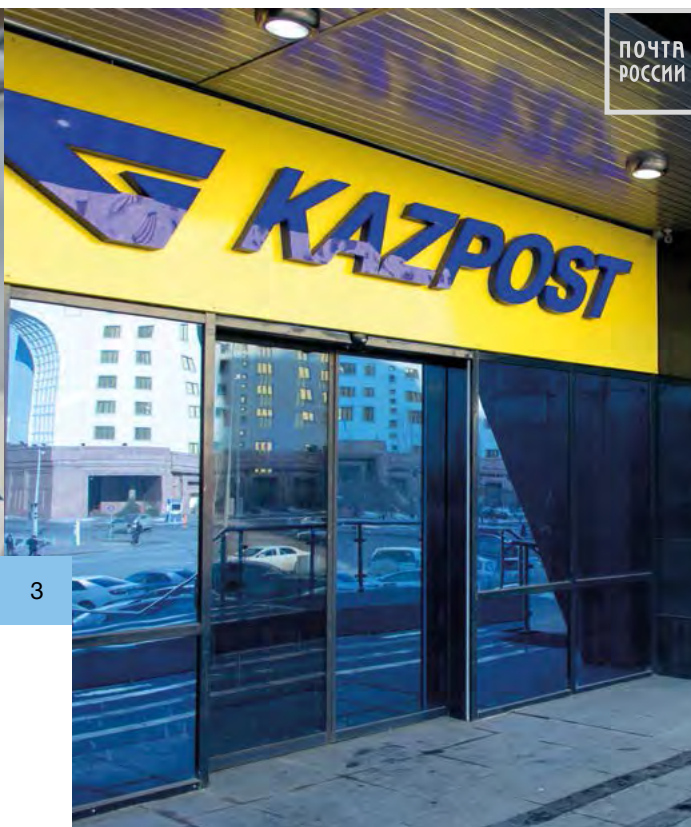
и работа с акиматами (мэриями), поскольку в отдаленных селах из госструктур часто присутствуют только почтовые отделения

Учитывая географию страны и правовой статус (Почта Казахстана акционерное общество), идет планомерная работа по трансформации предприятия. В рамках этого процесса уже принято ключевое решение: не упразднять сельские отделения, а развивать их, насыщая новыми сервисами. «Экономить можно и нужно на другом», — считает Багдат Мусин.

Одной из первых мер по оптимизации расходов топ-менеджмента стал отказ от полетов руководства бизнес-классом. Кроме того, ранее в логистике компании не было закрепления маршрутов и GPS-трекеров. Внедрив это, а заодно переведя более 300 машин на газ, мы получили экономию по ГСМ около 20%. Обновлены системы работы с персональными данными клиентов. Теперь не надо заполнять бланк, достаточно продиктовать оператору свои личные данные, которые будут



2 3



занесены в базу. Так мы хотим достичь сокращения использования бланков на 50%

В период трансформации казахстанские почтовики прилагают усилия для привлечения человеческих ресурсов из ведущих компаний. «С точки зрения маркетинга, в Казахстане успешными кейсами могут поделиться операторы связи, поэтому мы привлекли директора по маркетингу, который имеет опыт работы в этой отрасли», — отмечает руководитель Казпочты.

Что касается взаимовыгодного сотрудничества с «северным соседом», Багдат Мусин уверен в его перспективности: «С Почтой России нас долгие годы связывают не только исторические факторы, но и совместные проекты, направленные на развитие наших компаний. Сегодня нам важно развивать трансграничные взаимоотношения, также нами обсуждается вопрос по срокам доставки международных почтовых отправлений (МПО) в РФ из КНР транзитом через Казахстан».



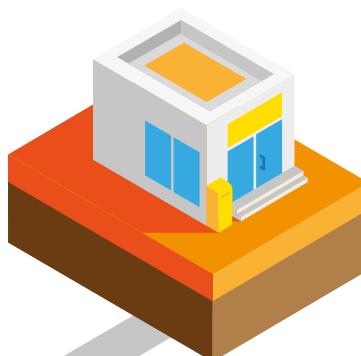
Важным вопросом сотрудничества Казпочты с Почтой России является организация почтовой безопасности и организации совместных мероприятий по обеспечению сохранности международных почтовых отправлений и пресечению пересылки недозволенных вложений

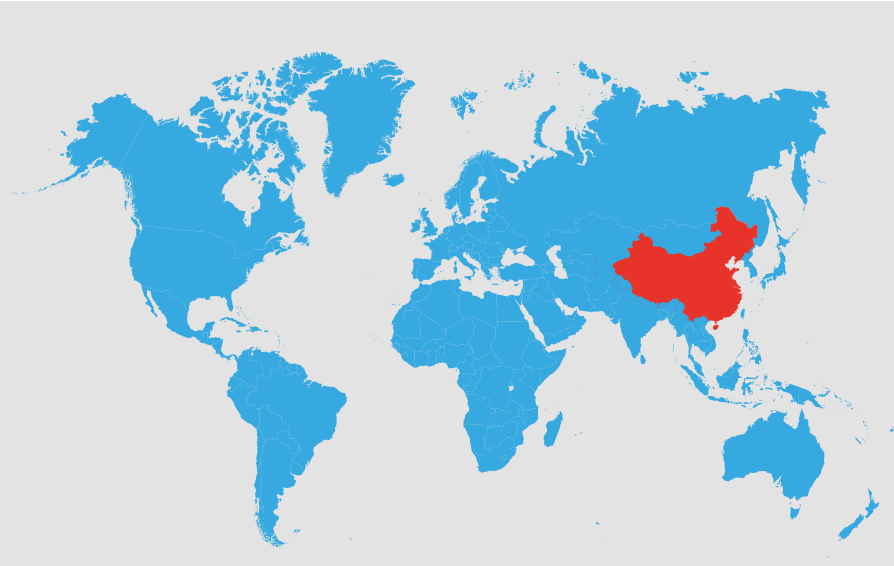


**Багдат
Мусин**

Председатель
правления
АО «Казпочта»

консультант
публикации

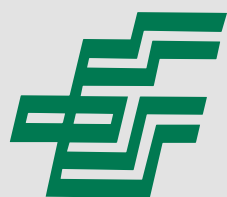




ПЕКИН

ПЛОЩАДЬ
9 596 960 км²

НАСЕЛЕНИЕ
1 366 499 тыс. чел.



中国邮政
CHINA POST

6 340

МЛН ЕДИНИЦ
ПОЧТОВОЙ
КОРРЕСПОНДЕНЦИИ
В ГОД

382 000

ПОЧТОВЫХ ОТДЕЛЕНИЙ
из них 300 000 — на
условиях франчайзинга

33,2

МЛРД СПЗ* ГОДОВОЙ
ДОХОД CHINA POST
примерно \$46,4 млрд

69,3

МЛН ПОСЫЛОК
В ГОД

900 000

СОТРУДНИКОВ

Источник: Годовой отчет Почты Китая, 2014 г.

*СПЗ – специальные права заимствования, искусственное резервное и платежное средство Международного валютного фонда



ПОЧТА КИТАЯ

China Post является государственным предприятием и национальным почтовым оператором КНР как в части оказания услуг по приему, доставке и выдаче внутренних почтовых отправлений, так и по доставке международной почты.

Крупнейшие сортировочные центры международной почты в Китае находятся в Пекине, Шанхае, Шенчжэне и Гуанчжоу. Первые два — наиболее современные, именно через международные аэропорты Пекина и Шанхая идет основной поток экспортной почты. Здесь же сосредоточены логистические терминалы и складские мощности ключевых продавцов и крупнейших интернет-магазинов Китая, товары из которых заказывают покупатели по всему миру. Почта Китая «держит марку», предоставляя сервис надлежащего уровня как корпоративным клиентам с миллиардными оборотами, так и физическим лицам — получателям почтовых отправлений по всему земному шару.



ПОЧТОВЫЙ ДРАКОН

Почта Китая стала причиной возникновения целых секторов в экономике страны — в частности, на финансовом и логистическом рынках

- 1 Почтовые грузы уходят из Китая непрерывным потоком
- 2 Почтовое отделение в приграничной с Россией зоне
- 3 Более 40 тысяч офисов почтового банка Китая созданы на базе почтовых отделений

В 1949 году на каждые 370 квадратных километров территории Китая приходилось только одно почтовое отделение. Спустя всего несколько десятилетий (для Китая с его тысячелетней историей это — практически мгновенно) в стране было уже 5 миллионов километров наземных и 230 тысяч километров воздушных почтовых маршрутов, по которым перевозилось ежегодно 5 миллиардов писем первого класса и 25 миллиардов экземпляров газет и журналов.

Настоящей гордостью Почты Китая стал собственный банк — Postal Savings Bank of China (PSBC), один из самых успешных финансовых почтовых институтов в мире.

Почтовый сберегательный банк Китая был создан 20 марта 2007 года как коммерческий проект, призванный поддержать реформу почтовой системы страны. Он полностью оправдал свое предназначение, заняв пустующую нишу финансового института для фермеров, а также малого и среднего бизнеса на селе.

Банк быстро вошел в пятерку финансовых — лидеров страны, работая только в низком ценовом сегменте, который многие инвесторы тогда считали слиш-

ком рисковым. Помог, в том числе, положительный имидж и узнаваемость бренда Почты Китая.

Почтовый сберегательный банк Китая постоянно диверсифицирует свои сервисы и продукты, расширяет каналы сбыта, улучшает сервисные функции, опираясь на преимущества почтовой сети: присутствие во всех отдаленных уголках страны.

Являясь седьмым по величине банком КНР, PSBC рассчитывает заработать \$25млрд на первичном публичном размещении ценных бумаг, которое планирует провести в 2016 году

Это в полном смысле сберегательный банк, — говорит руководитель одного из китайских инвестфондов, который рассматривает вопрос об участии в IPO, — они очень мощно собирают депозиты, и поскольку у них нет большого кредитного портфеля, то общий риск очень низкий.

Более 70 процентов офисов PSBC расположены в сельских районах, где банк выстроил Sannong — центры финансовых услуг, микрокредитова-

Автор текста:
Александра Барабанова

Подготовлено
на основе
материалов ресурса
english.chinapost.com.cn/
и публикаций
деловых СМИ



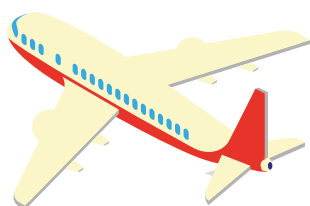
ПОЧТА
РОССИИ

№2 (119) 2015

тема номера

ПОЧТА
БЕЗ ГРАНИЦ

2 3



ния и консультирования населения по финансовым вопросам.

Микрокредитование является долгосрочной стратегией PSBC: в 2013 году банк обслужил более 7,5 бенефициаров, обработав более 13 миллионов транзакций на сумму свыше 811 миллиардов юаней (это более \$ 130 млрд). Уникальный опыт в этой сфере помогает банку эффективно обновлять свою бизнес-модель, поддерживая государственный курс на развитие микро-предприятий. В отличие от «городских» коммерческих банков с низкой эффективностью операционной деятельности и высокой стоимостью маркетинга, PSBC использует собственную специализированную кредитную технологию, адаптированную именно под стратегические задачи по работе с микрокредитами и услугами для жителей провинции. PSBC даже стал автором «стратегии новых талантов» — программы подготовки финансовых специалистов, знающих специфику работы с фермерскими хозяйствами, малым и средним бизнесом на селе.

Президент PSBC господин Ли Гохуа в марте 2015 года на встрече с Тимоти Гайтнером, главой Warburg Pincus дал высокую оценку своему родному пред-
приятию.



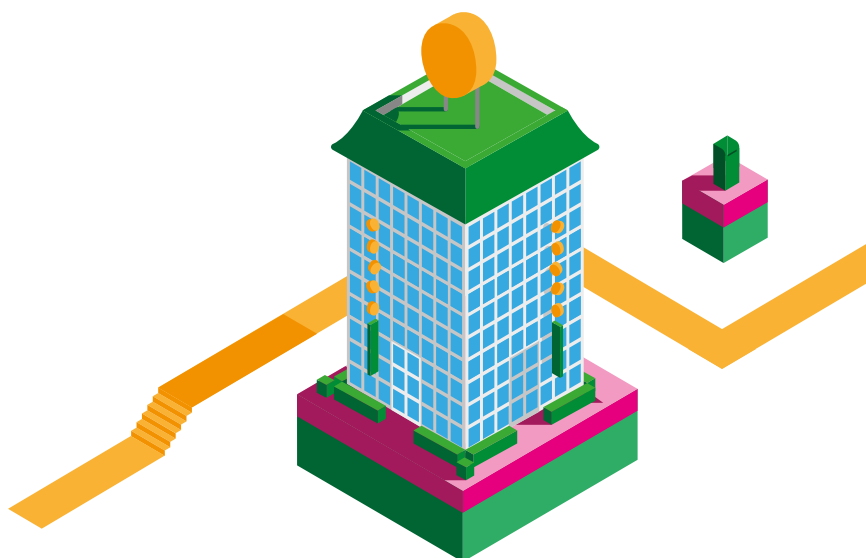
Опираясь на бизнес-модели, основанные как на принципах самоуправления, так и на франчайзинге, банк активно развивается в последние годы, полностью удовлетворяя потребности клиентов, независимо от места их проживания



Ли Гохуа

Президент
группы
компаний
«Почта Китая»

31





ПРАГА

ПЛОЩАДЬ
78 866 км²

НАСЕЛЕНИЕ
10 505 тыс. чел.



32 850

СОТРУДНИКОВ

3 314

ПОЧТОВЫХ ОТДЕЛЕНИЙ

0,6

МЛРД СПЗ* ГОДОВОЙ
ДОХОД CESKA POSTA
примерно \$895 млн

0,3

МЛН ПОСЫЛОК
В ГОД

131

МЛН ЕДИНИЦ
ПОЧТОВОЙ
КОРРЕСПОНДЕНЦИИ
В ГОД

Источник: www.ceskaposta.cz

*СПЗ – специальные права заимствования,
искусственное резервное и платежное сред-
ство Международного валютного фонда

ПОЧТА ЧЕХИИ

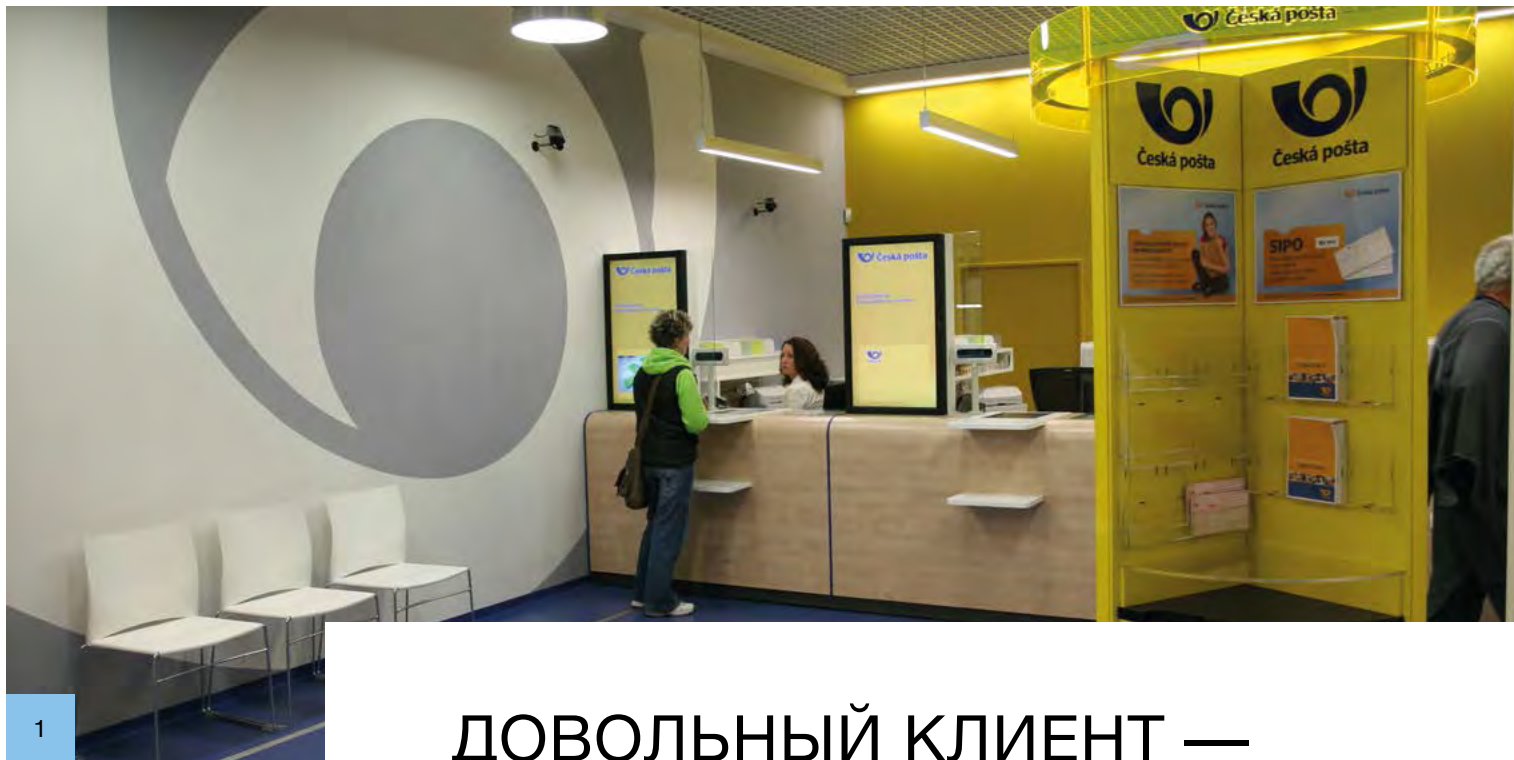
Государственное предприятие Česká pošta (Чешская почта) было учреждено 1 января 1993 года при распаде Чехословакии. Оно было отделено от Словацкой почты, а также от телефонной связи.

Миссия Чешской почты — быть надежным поставщиком качественных услуг в области информации, платежей и товаров посредством как традиционных, так и электронных средств связи.

Более 3000 отделений почты работают по всей стране. Почта осуществляет внутригосударственные и международные почтовые, курьерские и финансовые услуги. В ведении Главного управления в настоящее время находятся одиннадцать сборных пересылочных узлов и семь подразделений: Центральная Богемия, Южная Богемия, Западная Богемия, Северная Богемия, Восточная Богемия, Южная Моравия, Северная Моравия.

В марте 1993 года чешская почта стала частью Всемирного почтового союза и успешно вписалась в международную почтовую систему. Сегодня почта Чехии представляет собой качественную службу, гарантирующую надёжную и быструю доставку корреспонденции в любую точку мира.





1

34

ДОВОЛЬНЫЙ КЛИЕНТ — ЗАЛОГ УСПЕХА ПОЧТЫ ЧЕХИИ

Вы можете иметь хорошие услуги, разумные цены. Но если работник не в состоянии объяснить и продать услугу, хорошего имиджа у компании не будет

- 1 Почтовое отделение в Чехии
- 2 Сегодня Почта Чехии своевременно доставляет 93,11% писем
- 3 Офис Почты Чехии в пригороде столицы

Почта Чехии — одно из важнейших звеньев в системе коммуникаций страны. Услугами почты ежедневно пользуются не только обычные граждане, но и фирмы, предприниматели, государственные ведомства. Каждый клиент Чешской Почты напрямую сталкивается, главным образом, с работниками почтовых отделений и теми сотрудниками, которые занимаются доставкой. На основании их готовности помочь клиенту и складывается образ компании в целом. Поэтому работа с нашими сотрудниками — один из основных приоритетов чешской почты.

«После моего назначения на должность Генерального директора, я нанял именно тех сотрудников, которые, я убежден, принесут выгоду для компании. Каждый из них является высококвалифицированным специалистом в своей области» — подчеркивает глава Почты Чехии Мартин Элькан

Чешская почта обеспечивает предоставление универсальных почтовых

услуг и стремится сделать их как можно более эффективными. Текущая деятельность предприятия определяется четырьмя основными тенденциями, влияющими на рынок и конкурентную среду: возникновение новых технологий, изменение способов общения (связанное с быстро развивающимися интернет-услугами) изменение потребностей клиентов и либерализация почтовых услуг.

Каналы связи Чешской Почты постоянно меняются и развиваются. Каждый год происходит уменьшение письменной корреспонденции примерно на 8-10%. Чтобы своевременно реагировать на эту тенденцию, менеджментом были внедрены инновации, а также разработаны новые продукты и услуги, которые должны улучшить экономическую ситуацию на предприятии.

В почтовой службе Чехии существует уникальный сервис — Czech Point.

Специализированная чешская система CzechPoint предоставляет следующие, к слову недорогие, услуги почты на каждом отделении почты Чехии: нотариальное заверение документов



2 3



и подписей; предоставление справок из различных кадастров (земельного, торгового реестра и проч.); предоставление справки о несудимости; ведение карточки водителя с баллами за нарушения.

В Чехии почтамты делятся на крупные и мелкие. Для комфорта клиента в крупных почтамтах имеются специальные автоматы, которые выдают номерки в зависимости от необходимых услуг. Удобством является то, что крупные отделения почты работают круглосуточно: ночью работает приёмная для посылок и писем.

Также перед посещением почтамта можно предварительно рассчитать стоимость посылки. Для этого на сайте чешской почты есть специальный калькулятор. Там же на сайте потребитель может отслеживать путь отправок, которые идут по системе EMS.

«Если у компании есть клиенты, которые на основе их собственного опыта ей доверяют, они, безусловно, вернутся к вам. Удовлетворенный клиент для Почты — большой потенциал на будущее, а также фактор, на основании которого можно развиваться дальше» — уверен Мартин Элькан.

« Чешская Почта, конечно, не может сравниться с размером Почты России. Однако независимо от числа сотрудников или диапазона логистической сети каждый назначенный оператор во всем мире имеет одну главную цель — чтобы клиенты были довольны



Мартин
Элькан

Генерального
директор
Почты Чехии

консультант
публикации





ХЕЛЬСИНКИ

ПЛОЩАДЬ
338 430 км²

НАСЕЛЕНИЕ
5 180 тыс. чел.

posti

994

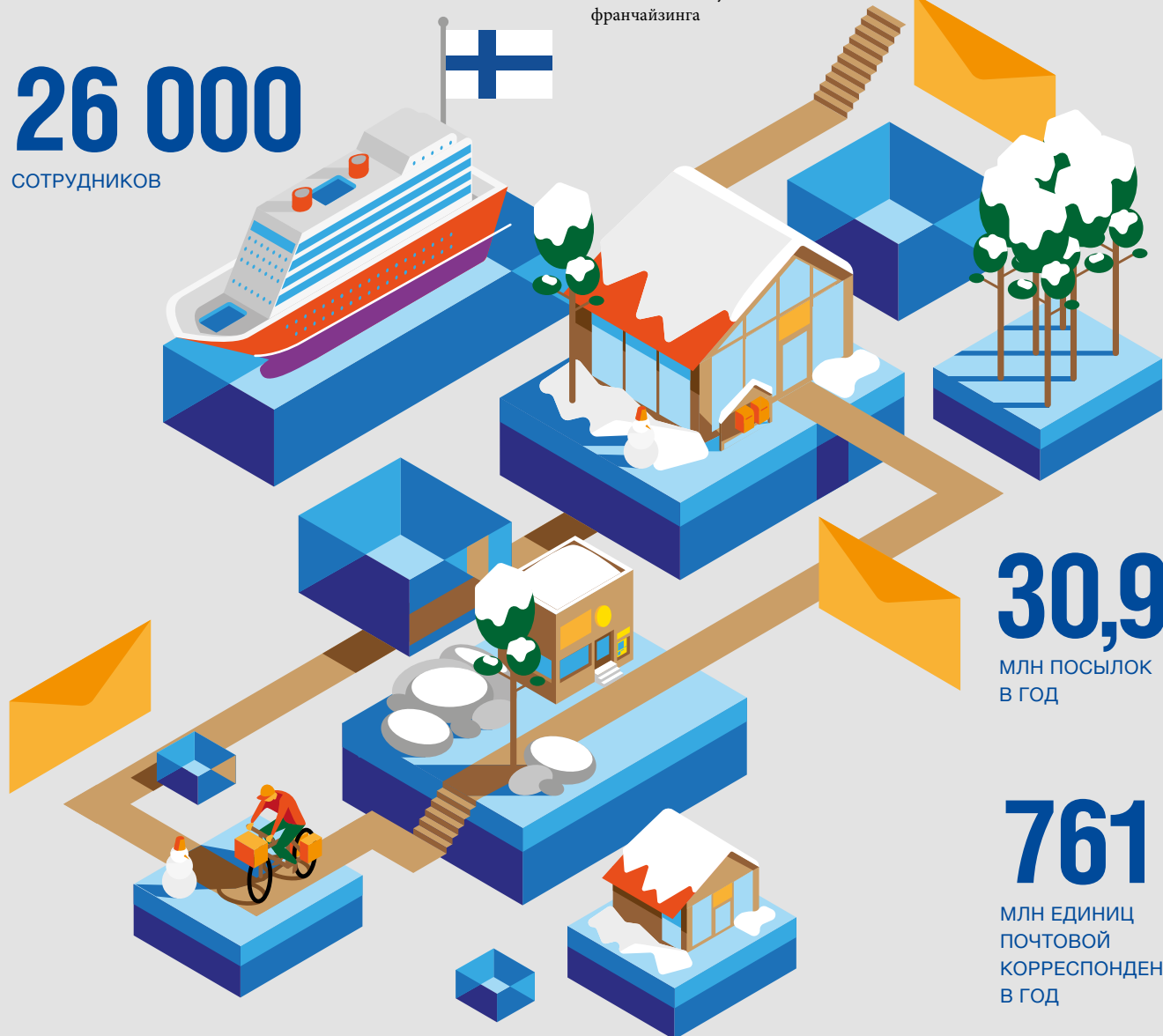
ПОЧТОВЫХ ОТДЕЛЕНИЙ
из них 700 — на условиях
франчайзинга

1,9

МЛРД ЕВРО ГОДОВОЙ
ДОХОД POSTI GROUP

26 000

СОТРУДНИКОВ



30,9

МЛН ПОСЫЛОК
В ГОД

761

МЛН ЕДИНИЦ
ПОЧТОВОЙ
КОРРЕСПОНДЕНЦИИ
В ГОД

ПОЧТА ФИНЛЯНДИИ

Posti Group — международная сервисная компания, принадлежащая правительству Финляндии и оказывающая услуги в сфере информационных технологий, логистики и почтовой связи. Деятельность компании включает в себя три бизнес-направления, которым соответствуют три бизнес-группы: OpusCapita — обработка, управление и распределение информационных потоков для организаций. Услуги, предоставляемые этим направлением, включают обработку счетов, управление логистическими цепочками и документооборотом. Itella Logistics — перевозки грузов наземным, морским и воздушным транспортом, транспортно-экспедиционные и складские услуги. Itella Mail Communications — доставка корреспонденции, материалов прямого маркетинга, посылок, а также газет и журналов в Финляндии. Данная бизнес-группа обслуживает клиентов под брендом Finland Post, или Posti. Она предоставляет услуги по доставке корреспонденции и печатных материалов в Финляндии и отвечает за выпуск всех финских почтовых марок.



1



ЗАБОТА О КЛИЕНТЕ НА 360°

Отличительной особенностью финской почты является особое отношение к потребностям клиентов

- 1 Почтовые отделения в Финляндии больше напоминают магазины подарков
- 2 Почтовые ящики на обочинах дорог
- 3 Финский почтальон на маршруте

Национальный почтовый оператор Финляндии — Posti Group — обладает современной и развитой розничной торговой сетью, включающей в себя 1400 обслуживающих точек. Большинство из них находятся в магазинах и предприятиях сферы услуг, которые работают по удлинённому графику. Это позволяет клиентам Posti Group пользоваться почтовыми услугами в любое удобное для них время.

Как показывает статистика, в 80% случаев клиенты пользуются услугами обслуживающих точек для получения посылок. «Поэтому мы увеличили количество пунктов выдачи посылок. Также мы постоянно развиваем наши электронные услуги. Все наши почтовые сервисы доступны онлайн и в мобильном приложении. Мы хотим, чтобы у наших клиентов всегда была альтернатива, чтобы каждый мог найти для себя наиболее приемлемый вариант пользования услугами» — подчеркивает президент компании Хейкки Малинен.

«Мы заботимся не только о благополучии наших клиентов, но и об окружающей среде. Решение проблемы выбросов углерода в Финляндии является для нас одной из приоритетных задач.

Благодаря использованию современных технологий мы добились значительных успехов в этом вопросе. Так, в прошлом году нам удалось сократить расход топлива на 6% по сравнению с 2013 годом. В настоящее время мы ставим перед собой амбициозную цель — сократить объёмы выброса углекислого газа в атмосферу на 30% к 2020 году» — рассказывает HR-директор финской почты Яанна Яокинен.

По словам Санны Ахонен, директора по корпоративному развитию Posti Group, особое внимание уделяется корпоративной культуре. Единый формат управления, принятый в компании, основывается на краеугольных принципах, которые определяют, какие действия ожидаются от хорошего руководителя и задают ценностные ориентиры, на которые могут опираться в повседневной работе менеджеры всех уровней.

В Posti Group в основе управления лежат следующие ценности: «Вместе с клиентами — к успеху», «Постоянная оптимизация и инновации», «Ответственность во всем» и «Командная работа ведет к победе».

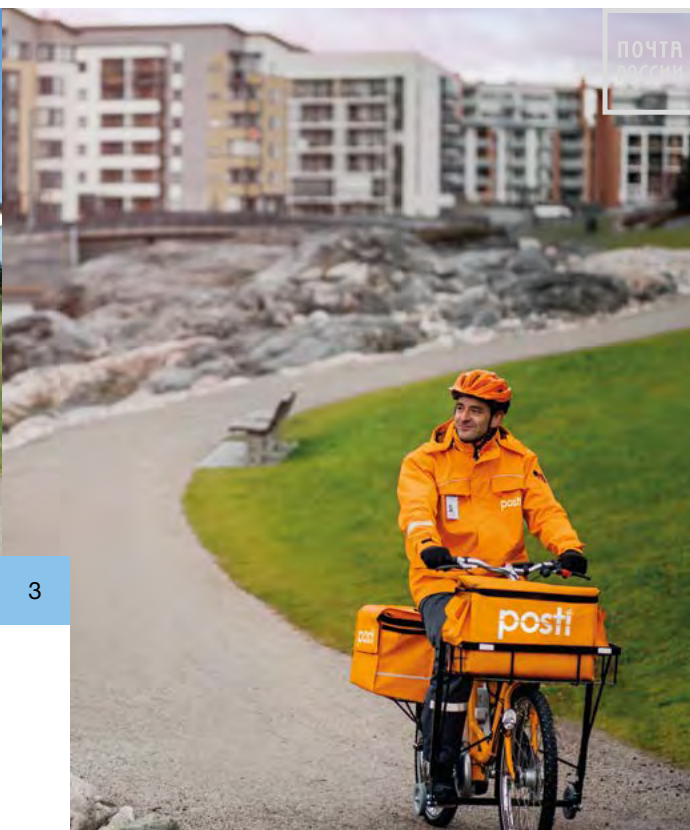


2 3



Качество руководства в Posti Group ежегодно анализируется и учитывается при составлении соответствующих менеджерских программ развития. При помощи специальных исследований, а также оценки по методу 360 градусов, комплексно оценивается эффективность управления. Корпоративная ответственность является в Posti Group неотъемлемой составляющей ежедневной работы.

«Posti Group имеет долгую историю международного сотрудничества с Почтой России в рамках Всемирного Почтового Союза. Небывалый рост электронной коммерции в России, который ежегодно составляет около 20-30%, и связанный с этим рост трафика посылок, в частности, представляют отличные перспективы для плодотворного взаимодействия обеих компаний. Мы являемся надежным каналом для бизнеса с Россией» — подчеркивает Николай Воинов, глава представительства финской почты в России.



ПОЧТА
РОССИИ

№2 (119) 2015

тема номера

ПОЧТА
БЕЗ ГРАНИЦ

39



Хейкки
Малинен

Президент
Posti Group

консультант
публикации

«Быть генеральным директором крупнейшей почтовой компании в Финляндии — значит всецело посвятить себя работе, забыв об отдыхе и личной жизни. Но для меня — это не проблема, а вопрос отношения. Я люблю свою работу и не замечаю, сколько часов я ей посвящаю»

ITELLA LOGISTICS ЭТО:



1. 45 складов в 8 странах общей площадью 1 млн. м²
2. Авиаперевозки, LTL (доставка сборных грузов) и логистические решения для электронной торговли
3. Фулфилмент и «Последняя миля»
4. Ко-пакинг (промо-упаковка под заказ)
5. Две действующие (в Санкт-Петербурге и в Екатеринбурге) и три открывающиеся (в Новосибирске, Ростове-на-Дону и в Самаре) кросс-докинговые площадки





ОТ «ЦИРКА» К «СТАРЫМ ИГРУШКАМ»

В 2002 году организация PostEurop учредила конкурс на лучший дизайн марки. Россия участвует в конкурсе с момента запуска и является призером-2012

Участие в конкурсе принимают все официальные марки, выпущенные по программе «Еуропа» почтовыми операторами, — членами PostEurop.

Примечательно, что конкурс проводится в двух форматах: путем онлайн-голосования, в котором может принять участие любой желающий, и представлением работ-номинантов на суд специального жюри, в которое входят приглашенные эксперты в области филателии.

Приз специальной комиссии за лучший дизайн марки был учрежден в 2011 году. Определение самой красивой марки, по признанию членов жюри, всегда является трудной задачей. Эксперты оценивают не только соответствие сюжета почтовой миниатюры официально объявленной теме конкурса, но и учитывают креативность и национальную «привязку» сюжета и качество полиграфического исполнения. Первой темой онлайн-проекта в 2002 году стал «Цирк». Победителем нового конкурса была признана Мальта.

Ежегодно тема конкурса определяется специальной рабочей группой PostEurop «Марки и филателия». Раз

в два года рабочая группа проводит Европейский филателистический форум, в котором активное участие принимают все члены организации. На форуме определяется следующая тема конкурса. Например, в 2015 году ею стали «Старые игрушки».

Россия была победителем конкурса в 2012 году. Тогда победила почтовая марка «Визит в Россию», на которой изображена хозяйка дома в русском национальном костюме, встречающая гостей хлебом-солью. Она получила главный приз жюри конкурса. На выпущенной Россией в этом году почтовой марке изображены дымковская игрушка «Карусель» и матрешки.

Конкурс на лучший дизайн марки — ежегодное значимое событие для филателистов. Марки Еуропа позволяют странам-участникам не только подчеркнуть свои национальные особенности, но и познакомить с ними других членов PostEurop.

Конкурс на лучший дизайн марки — это творческая платформа для обмена культурными ценностями, символизирующая общность интересов и целей всех стран-участников.



1 Горячо любимый герой детской венгерской книжки — маленький мишка Вакор

2,3 Традиционные мальтийские игрушки — тачка и обруч

4 Национальный финский щипковый струнный инструмент — кантеле

5 Грузовой автомобиль, предназначенный для перевозки почты в 1933 году — Финляндия

6 В 2009 — Международный год астрономии — победила марка Венгрии

7 Первая марка-победитель конкурса — цирк в представлении Мальты



1

- 1 Национальные символы Венгрии — перец и токайские виноградники
- 2 Все великолепие Турции на одной марке
- 3 Баглама — излюбленный народный инструмент Турции
- 4 Марки Венгрии становились участниками проекта

четыре раза, а в 2012 году стали обладателями "Приза зрительских симпатий" по итогам специального голосования на сайте ПостЕвропы

5,6 Турецкие марки — участницы проекта — неоднократно

признавались жюри и общественным мнением самыми оригинальными по стилистике и манере исполнения

7 Почтовая марка «Визит в Россию» — победитель 2012 года



3



2



4



5



8,9

Первой премией
экспертного
комитета
ПостЕвропы были
награждены марка
и сувенирный лист
Бельгии на тему
«Музыкальные
инструменты».

На миниатюрах
были размещены
работы известного
музыкального
фотографа
Джеки Лепаж
в обработке
дизайнера
Элизабет
Дриэльсма.

ПОЧТА
РОССИИ

№2

(119) 2015

POST WITHOUT BORDERS

p. 6–35
Cover Story

**BEST PRACTICES:
RESTRUCTURING OF
POSTAL OPERATORS**

p. 4–5
News

**NEW CHALLENGES FOR
POSTAL OPERATORS**

p. 36–37
Philately

**FROM “CIRCUS”
TO “OLD TOYS”**





SPIEF2015

ST. PETERSBURG
INTERNATIONAL
ECONOMIC
FORUM



BUILDING EFFICIENCY IN BACKBONE ENTERPRISES BRIEFING

18 JUNE

How to maintain affordability of postal services for the population and enhance quality to the world standards? What challenges have to be met with the development of Internet and e-commerce? How postal operators can become more efficient?

12³⁰

The answers to these and other questions at public interview will be given by:

MR. BISHAR A.HUSSEIN Universal Postal Union

MR. DMITRY STRASHNOV RUSSIAN POST

MR. FUKUDA SEIKI Japan Post

PAVILION 05, HALL 5.3





DEAR FRIENDS,

Improving efficiency of the backbone enterprises, to which undeniably belong postal operators, is one of the key elements of the restructuring of national economics in the contemporary environment.

Companies providing services nationwide have to be in tune with the rapidly changing market conditions, emergence of new technologies and in particular with electronic communications.

Development of Internet and e-commerce, migration to electronic data interchange with customers, predominantly in the sphere of financial services, are the growth drivers of the 21st century which at this stage have clearly demonstrated their benefits.

In this issue we are presenting various approaches to the transformation of the national postal operators in which our colleagues and friends — Postal CEOs from a number of countries have helped us. We appreciate their help and look forward to further mutually beneficial cooperation in all areas.

Dmitry Strashnov

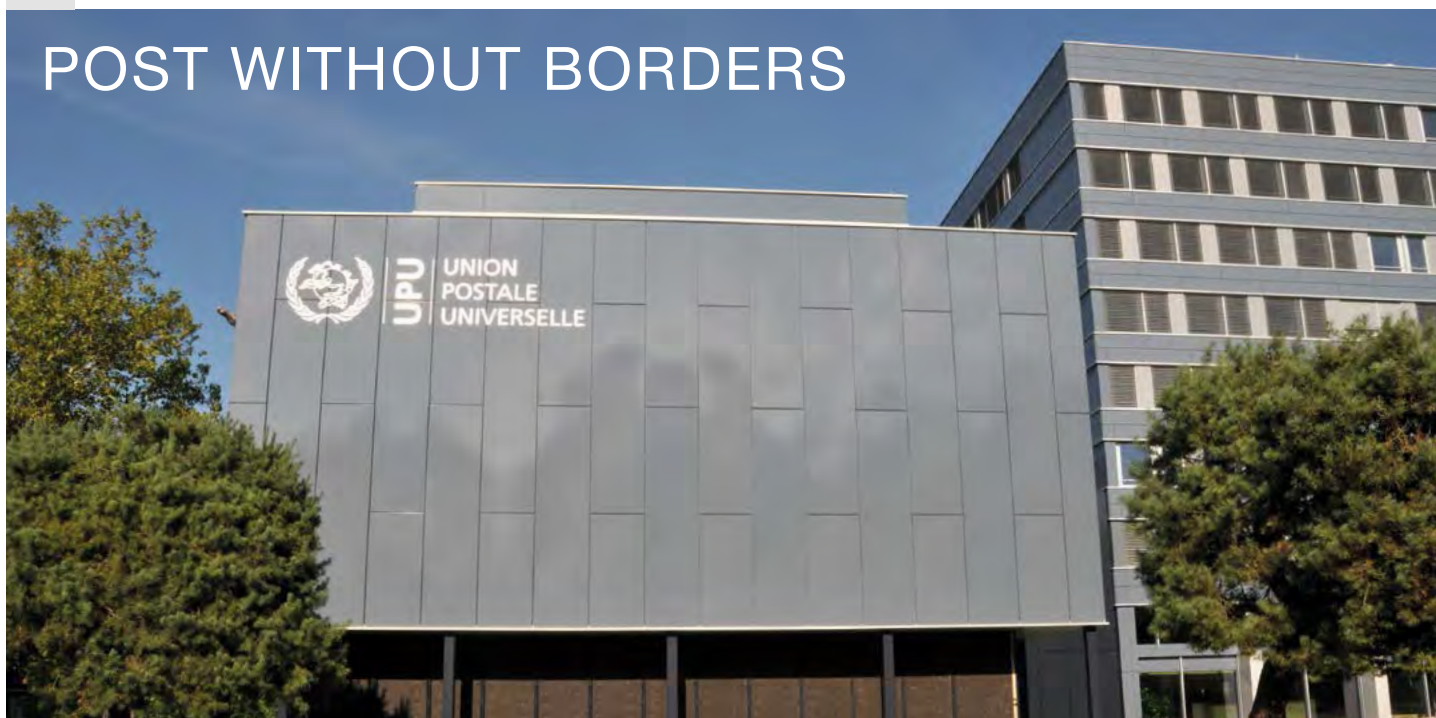
CEO
FSUE RUSSIAN POST

CONTENTS

6

COVER STORY

POST WITHOUT BORDERS



4

NEWS



NEW CHALLENGES FOR POSTAL OPERATORS

8

Belarus Post:
HONEST PARTNERSHIP
TRADEMARK OF BELPOCHTA

20

Kazakhstan Post:
THE PRIVATIZATION
OF KAZPOST: BENEFITS
AND PERSPECTIVES

12

Brazil Post:
COUNTRY
OF SPECTACULOUS
FOOTBALL
AND EXPRESS MAIL

24

China Post:
POSTAL DRAGON

16

Germany Post:
GERMAN MIRACLE

PHILATELY

36



FROM "CIRCUS"
TO "OLD TOYS"

28

Czech Post:
SATISFIED CUSTOMER
THE KEY TO THE POST'S
SUCCESS

32

Finland Post:
360° CUSTOMER CARE



Panel session: The transformation of postal services globally and new economic opportunities, SPIEF 2014

SPIEF 2015 — BUILDING EFFICIENCY

Russian Post traditionally takes active part in the St. Petersburg International Economic Forum (SPIEF) — Russian annual business event in the economic sphere, held in St. Petersburg since 1997, and since 2005 with the participation of the President of the Russian Federation.

Every year the number of forum participants exceeds 4000 people representing more than 60 countries. The primary guests of the forum are the heads of major Russian and foreign companies, heads of states and political leaders, prime ministers, deputy prime ministers, ministers, governors.

In 2015 efficiency improvement of strategic enterprises will become a discussion topic during a forum. It is an essential element of structural reforms of the Russian economy in modern conditions.

Reduction while improving the quality of services is a key factor to improve the efficiency in business environment. With tense competition how should we keep a strategic enterprise alive in terms of

provision of affordable communication services to population and to bring up quality high level? What challenges should strategic enterprises be prepared to face with the development of the Internet and e-Commerce? What should be the new formats for interaction between government and population? How can public companies become more efficient? These and many other issues will be discussed in St. Petersburg, at the SPIEF, during the briefing «Strategic companies — How to improve their efficiency».

The event will be attended by Mr. Li Guohua, President of China Post, Mr. Bishar Hussein, head of the Universal Postal Union, Mr. Seiki Fukuda, Executive Vice President of Japan Post, as well as by top management of the strategic enterprises of the Russian Federation and representatives of government all institutions.

We invite all Forum participants to take part in the discussion!

The Founder:
The FSUE
“Russian Post”

Editorial Council:
Dmitry Strashnov
Sergey Timoshin
Anatoly Nazeikin
Irina Kirezova

Editor-in-Chief:
Grigory Shporkin

Editorial Board:
Alexandra
Krasnoslabodzeva
Marina Romanova

Project Designer:
Ivan Sidenko

Address:
Varshavskoye shosse,
37, Moscow, 131000

Phone:
(495) 956-20-67

E-mail:
vesti@russianpost.ru

Printing office:
OOO «Artishok»



107258, Moscow,
1 street Buhochvostov,
12/11 office 36

Put in print:
04.06.2015

Date of the publication:
15.06.2015

Circulation 2 500

© The FSUE
«Russian Post»

The Magazine
«Russian Post» is
registered in the
Ministry For Press,
Broadcasting and Mass
communications
29.08.2003
Registration Certificate
PINº 77-16233

The Magazine
«Russian Post»
Available free of charge



1

4

NEW CHALLENGES FOR POSTAL OPERATORS

1 The UPU Strategy
Conference in
Geneva

2 Invitation to
the Conference

At the Strategic conference of the Universal Postal Union in Geneva, the participants discussed the new global challenges for postal operators in the era of dynamic change, new information and communication technologies

A two-day Strategic conference of the Universal Postal Union was held in Geneva. More than 750 delegates representing 135 UPU member — countries attended the event. In his welcome speech to the participants Ban Ki-Moon, UN Secretary General, emphasized the important role of postal service in people's daily living and its contribution to social and economic development of countries.

The purpose of this Conference was to identify future challenges and opportunities for the development of the postal sector. The Conference participants — ministers, heads of postal agencies and representatives of international organizations — discussed the importance of postal services in promoting global trade and extending social, financial and economic inclusion. Role of innovations in ensuring the relevance of postal services and networks in modern society was an important topic of the discussion.

Significant attention was also paid to e-Commerce development. Dmitry

Strashnov, the CEO of Russian Post, underlined that online trade would play a prominent role in the development of postal operators. «Will the Post turn into an on-line store in this case? Certainly not. Such a thing happened nowhere in the world. At the same time, online retailers can offer services involving order, payment and delivery of goods using the postal platform. We are now working it out together”.

Today post offices all around the world offer a number of electronic, financial and logistics services. Traditional letter post delivery services represent only 40% of post's income. Moreover, according to the statistics of Universal Postal Union the volume of ordinary letter mail shrinks year over year, and in some countries — the Netherlands and Denmark — it is happening much faster than it was anticipated.

Currently, a tremendous share of postal services revenues comes from e-Commerce. Volume of online sales throughout the world is already over 1.5 trillion US dollars a year.

Union
postale
universelle



ПОЧТА
РОССИИ

№2 (119) 2015

news

2

5

However, not all social groups throughout the globe have access to e-postal services. More than 50 thousand post offices in Africa still do not have electricity and access to Internet. This problem was also one of the main discussion issues of the Universal Postal Union Strategic Conference.

“Our purpose is to make all these post offices and infrastructure function. In this way we will be able to provide effective and modern postal service in rural regions”, UPU Director General Bishar Hussein noted.

Provision of financial services in post offices was another topic of the Conference. From the point of view of Dmitry Strashnov, the development of financial services was one of the promising directions in the corporate activities. According to him, it is important “to do it both from social and economic point of view”.

The world postal strategy, which at the moment is at the stage of completion, will be presented to the upcoming UPU Congress to be held in Istanbul in 2016.

“

The Universal Postal Union and postal services all around the world play an important role in our joint efforts to build a sustainable future

”



Ban Ki-Moon

Secretary-General of
the United Nations

“

Russian Post intends to do everything it can to improve the quality of services provided, which will enable to open new opportunities for customers

”



Dmitry
Strashnov

CEO
FSUE Russian Post



BISHAR
ABDIRAHMAN
HUSSEIN

General Director of the
UPU International Bureau

“

An important value of an organization like the UPU is solidarity and the cooperation that it fosters among all members. I am pleased to affirm that the Russian Federation is a strong member of our international community. It has a seat on both main UPU bodies: the Council of Administration (CA) and Postal Operations Council (POC). The Russian Federation plays an active role in steering the work of postal financial services as co-chair of the relevant POC committee. Recently, an exciting development took place under its co-chairmanship: the unveiling of a new international brand for remittances via the postal network. Russia has also been active in other working areas of the Union, such as philately and the technical development of electronic postal remittances. I warmly encourage Russian Post to continue its valuable and appreciated participation in the Union's work.

”



UPU

UNION
POSTALE
UNIVERSELLE

COVER STORY

POST WITHOUT BORDERS



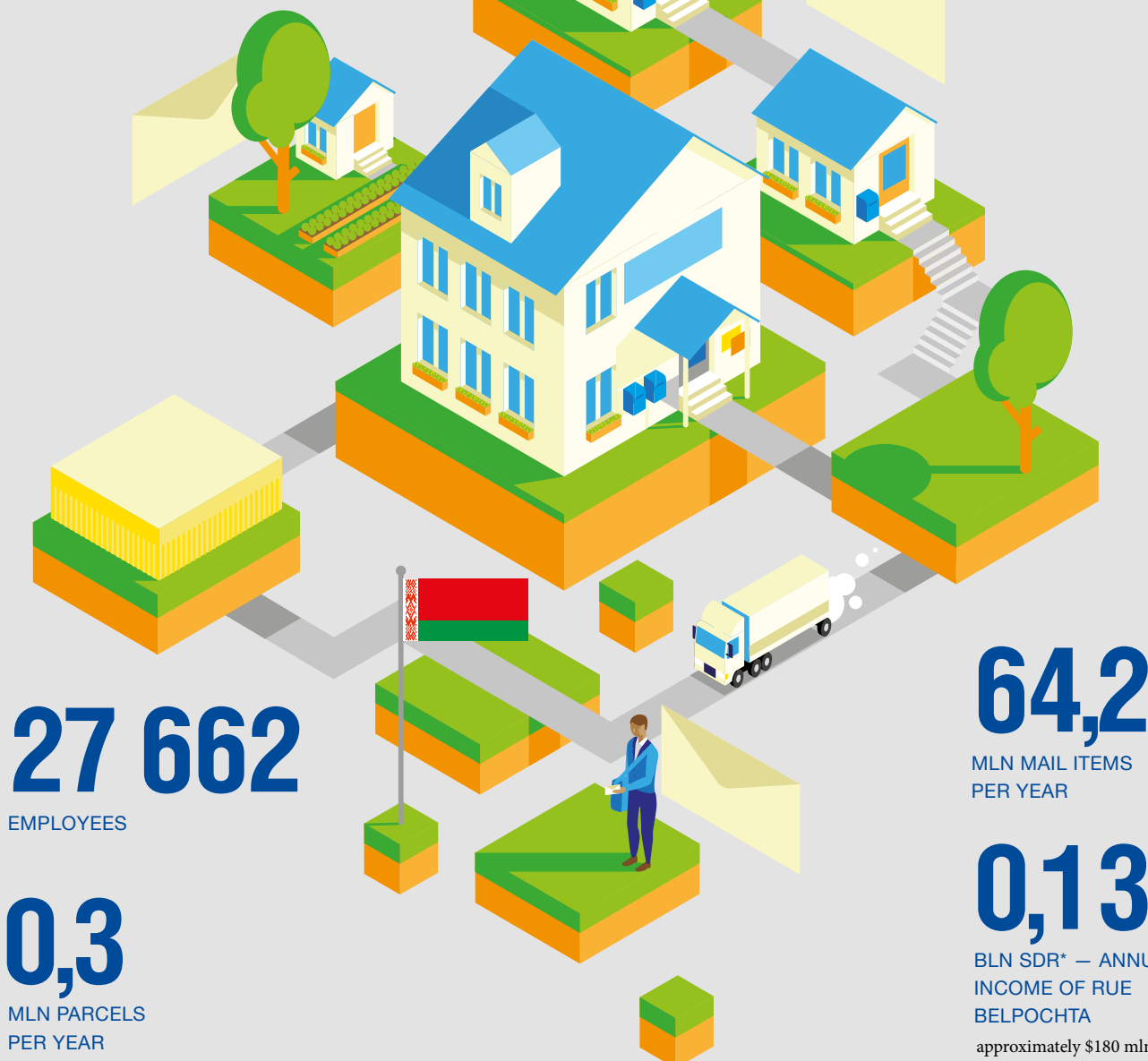
MINSK

TERRITORY
207 600 km²

POPULATION
9 466 000



3 327
POST OFFICES



Source: www.belpost.by

*SDR – Special Drawing Rights, are supplementary reserve and payment assets of the International Monetary Fund

BELARUS POST

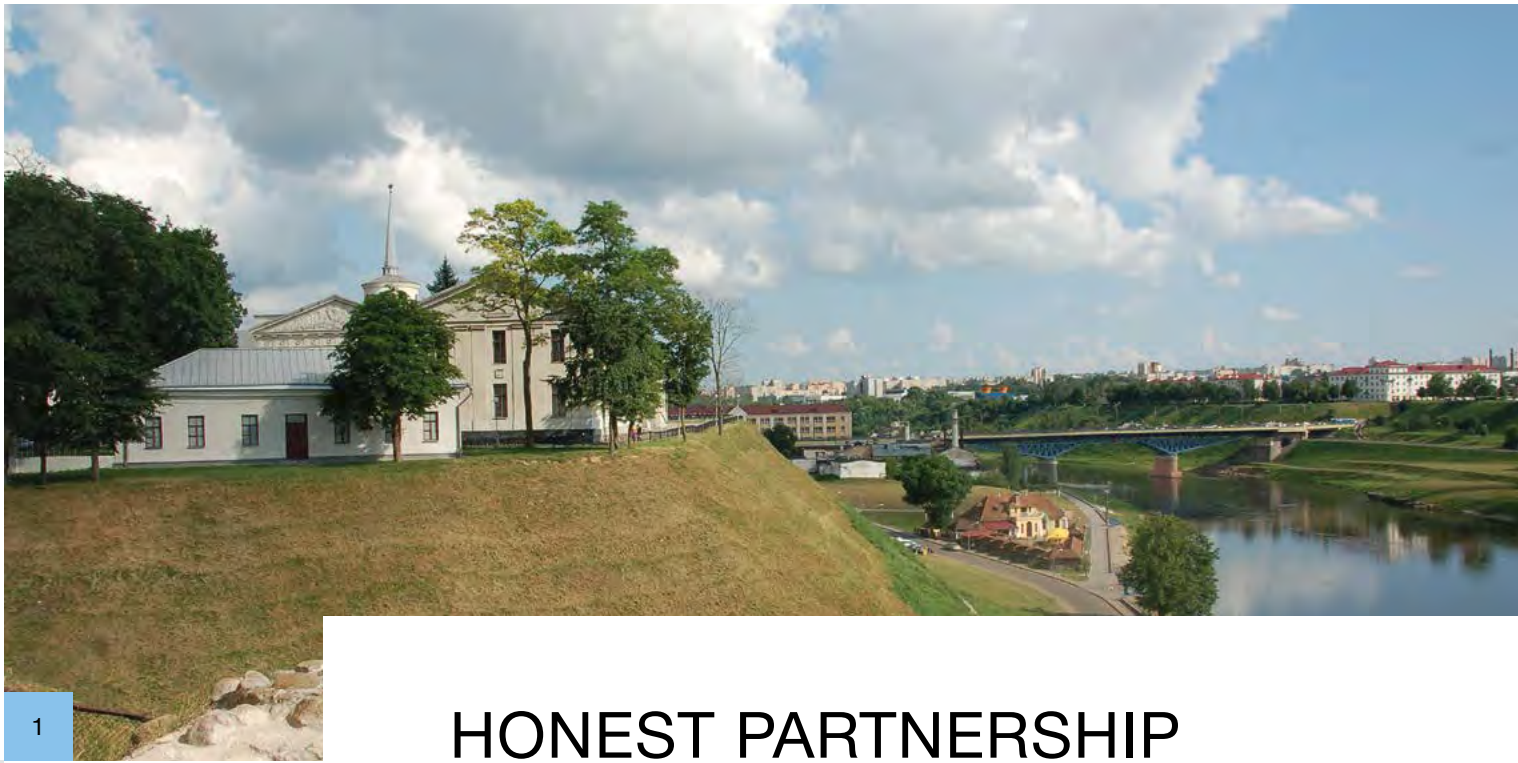
The Republican Unitary Enterprise BELPOCHTA carries out its mission by providing postal services to the citizens, state administrative bodies, enterprises and organizations under the slogan “Quickness. Reliability. Availability”.

Development and introduction of the services provided are carried out step by step on the entire territory of the Republic. Proceeding from the immense significance of the Government program on the revival and development of rural areas for 2005-2010, special attention is given to post offices located on the territories of agricultural settlements, where today modern services such as: acceptance of payments, prompt data transmission, Internet access, payments by banking cards are already provided.

The automated track and trace system is successfully implemented both at the national and international levels.

BELPOCHTA was awarded quality of service certificates confirming the compliance of the Belarus postal services to the world standards.





HONEST PARTNERSHIP TRADEMARK OF BELPOCHTA

What Is the Belarus Post? First and foremost it is the team of professionals known and respected by postal workers from all over the world

1 Belorussian cities — harmony of traditions and modernity. It refers to Belpochta as well

2 In frames of post office modernization more than 380 payment and information terminals have already been installed in Belarus

3 Modern technologies let belorussian postmen process large volumes of correspondence

When organizing the BELPOCHTA work I always point up to my colleagues that it is not just our service it is our life in which there are no such terms as the “beginning” or “end” of the working day. We always have to do work when there is a challenge that we have to meet. Anytime every employee of the company can either call me or come to me with his problem. This is the rule with BELPOCHTA.

Experience and professionalism in postal business come with extensive practice and skill improvement given by our training system. For that reason career advancement in BELPOCHTA is deserved and there are very few outsiders. There are a lot of those wishing to work towards career advancement. Thousands of workers take on-the-job training at any time.

In-house rules define our main “external” pattern — honest partnership. Our employees in fact, not in word are proud of the trust demonstrated by the customers. It manifests itself in the contacts in post offices and at high level business negotiations.

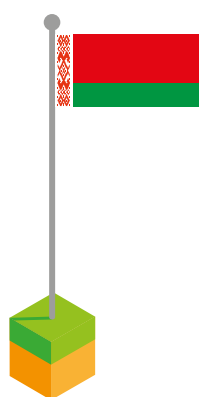
More than once the post was predicted a rapid collapse at the age of electronics. However our services are in great demand. If there is a demand there should be a matching supply.

The most close cooperation BELPOCHTA maintains with the regulator — the Ministry of Communications and Informatization of the Republic of Belarus. We participate in the implementation of a number of governmental programs, for instance the programs on the sustainable development of rural areas, programs on the creation of barrier-free environment and others.

It was with the support of the state that enabled BELPOCHTA to establish IT network with automated working positions including those in the mobile post offices. This allowed to upgrade the quality of service, to do away with paper based documents downsizing at the same time the overage of administrative workers.



2 3



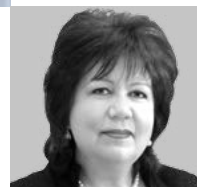
I came from the USSR. My friends, relatives, acquaintances live in the former Soviet republics. For me Russia is a friendly country where everything is familiar: language, nature and people

I would like to wish my Russian colleagues further success in their hard work. The size of the country with eleven time zones is spectacular and as a postal worker I realize that it makes the work even more difficult. However, in Russia in my opinion a sound and viable postal system has been created with due account for all geographic and climatic patterns. No matter how challenging the work of the Post might be, the system runs. The Russian Post has a lot to be proud of.

“

We have implemented a line of new COMFORT services which allow customers to get the latest track and trace information on their mobile phones

”



Irina
Saksonova

General Director
RUP Belpochta





BRASILIA

TERRITORY

8 514 877 km²

POPULATION

195 000 000



11 991

POST OFFICES

4,2

BLN SDR* — ANNUAL
INCOME OF CORREIOS
approximately \$5,9 bln
USD

115,6

MLN MAIL ITEMS
PER YEAR

1,5

MLN PARCELS
PER YEAR



125 420

EMPLOYEES

Source: www.correios.com.br

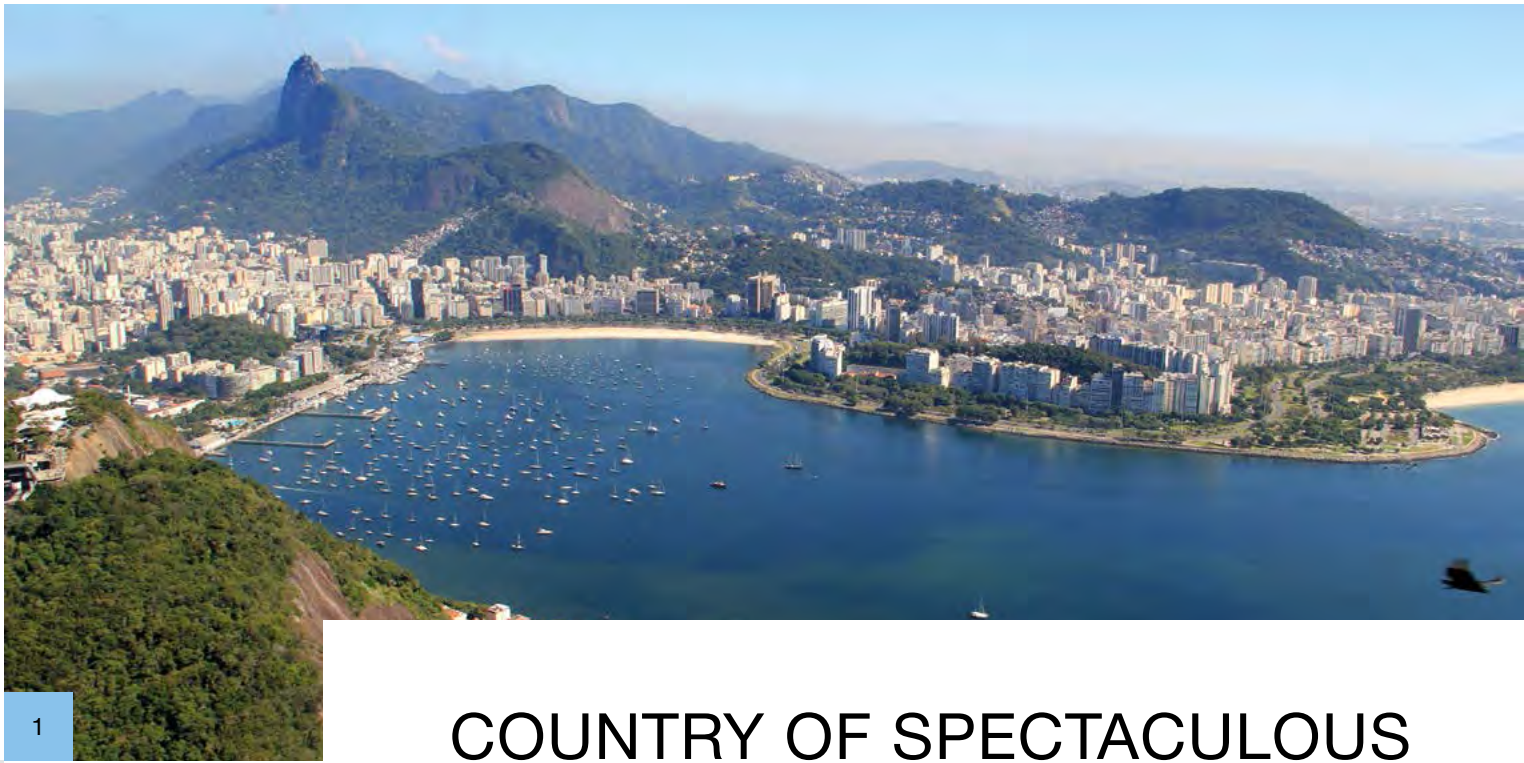
*SDR — Special Drawing Rights, are supplementary reserve and payment assets of the International Monetary Fund

BRAZIL POST

Brazil Post (Correios) is unique in many respects. The service was founded on January 25, 1663 and Brazil became the second country in the world after Great Britain which issued postal stamps for circulation all over the country. The name of the country was not initially shown on Brazilian stamps as well as on British stamps. The first successful attempt in the Western hemisphere to create something similar to a postal sorting centre was made also in Brazil in 1849.

350 years of postal history turned Correios into the brand which clients associate with efficiency and reliability of the services provided by the Brazil Post.





1

14

COUNTRY OF SPECTACULOUS FOOTBALL AND EXPRESS MAIL

Brazil Post carries out projects that have no equals in the world

- 1 Brazil — one of the most beautiful countries
- 2 Daily Correios postal bank conducts 1,8 mln transactions
- 3 Annually Correios delivers 150 mln educational books for pupils and students

Like Russian Post, Correios plays an important role in the matters of social integration: 54,3% of the company revenue comes from the provision of universal services related to delivery of letters, telegrams and parcels, letters from government authorities and public services.

The biggest post offices network in the country enables Brazil Post to develop successfully its own postal bank. Most people in Brazil, especially residents of small cities and remote localities, prefer to place their deposits and to open business accounts in Correios postal bank. “From the moment our bank was established, thousands of people who used to go to the near-by city to make a simple banking operation, could have convenient banking services in their own settlement. All they need is to come to the post office. I consider it one of the main achievements of Brazil Post in the recent decades” — Mr. Wagner Pinero de Oliveira, the President of the company, emphasizes.

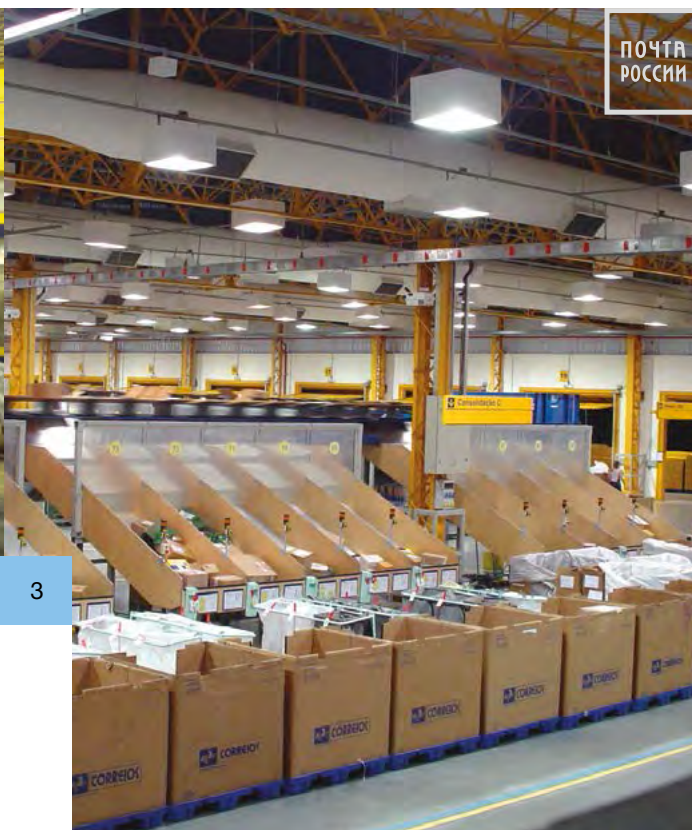
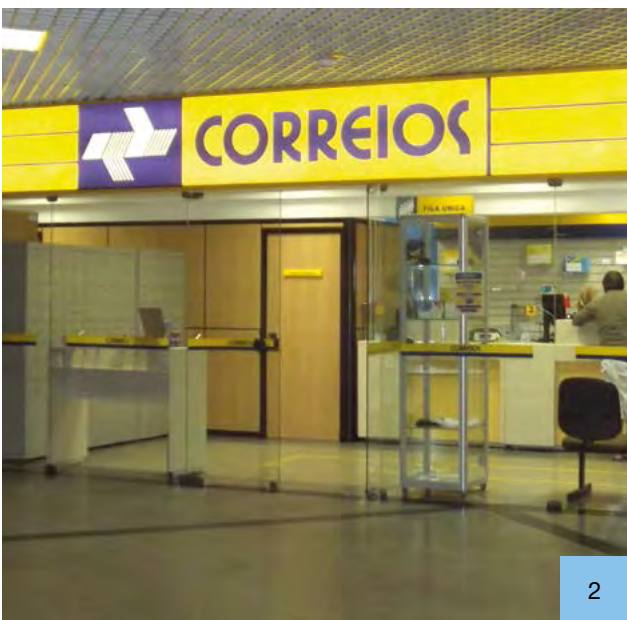
Brazil Post is a company which carries out a number of exceptional operations on behalf of the government. For example, Correios implements a joint social project with the Ministry of Education of Brazil

on yearly delivery of school textbooks in all municipal and public educational institutions. It is one of the biggest logistics programs in the world. Brazil Post has been performing it since 1994. Within the framework of the project 150 million textbooks for 37 million students are delivered annually, total of 90 000 tons of postal cargo.

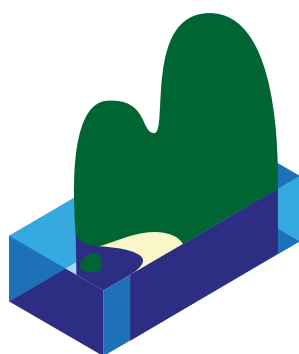
The company is managed by the Executive Board which is similar to the Board of Directors in commercial companies. The structure of the Board, besides the President, includes eight Vice-Presidents in the key areas: postal business, finance, personnel, logistics, administration, technology, infrastructure, customer relations and legal affairs.

As for cooperation with the Russian Post, Mr. Wagner Pinero de Oliveira estimates it in the following way:

“Our countries actively maintain institutional and political ties within the framework of BRICS countries and I firmly believe that the Brazilian and Russian postal operators have from now on a great opportunity to similarly build closer commercial relationships and to share best practices. I also want to stress that representatives of our countries within the POC Management Committee



2 3



of the UPU have worked in full harmony and I would be delighted if our relations with Russia further develop in all areas of postal business”.

Mr. Oliveira himself as well as any Brazilian likes to play football. “If, of course, it is possible to find free time for this”, the head of the Brazil Post specifies. “Within the postal authority of Brazil there is its own football tournament the winner of which is awarded with a trophy. It occasionally happens that Mr. Ricardo Berzoini — the Minister of Communications — himself joins one of the teams. By the way he always plays for different teams not to offend anybody. After all the main thing for a real Brazilian is a game!”

“

We’ve launched a joint philatelic project focusing on the collaboration between two countries in the field of space exploration. It was successful. I would be delighted if we could repeat this success by highlighting the role which national postal operators play for social and economic development of the two countries. Hopefully, this could happen in 2016 already

”



Wagner
Pinheiro
de Oliveira

President of Correios
Publishing consultant





TERRITORY
357 021 km²

POPULATION
80 780 000

Deutsche Post 

49,3

BLN SDR* – ANNUAL
INCOME OF DEUTSCHE
POST AG

approximately \$68,8 bln

472 321

EMPLOYEES

53 000

POST OFFICES

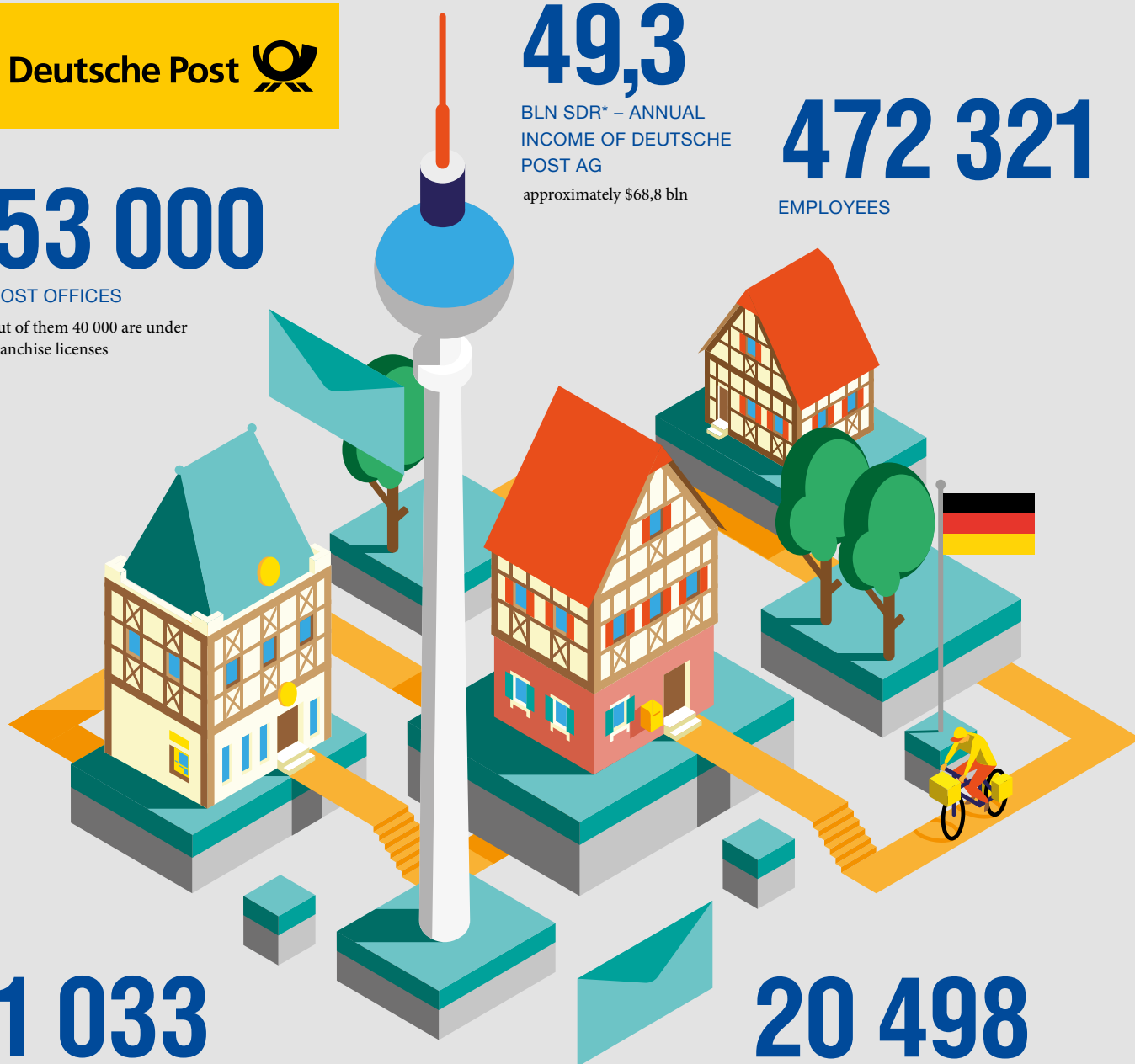
out of them 40 000 are under
franchise licenses

1 033

MLN PARCELS PER
YEAR

20 498

MLN MAIL ITEMS PER YEAR



GERMANY POST

Twenty years ago, on January 1, 1995 the German postal operator Bundespost became Deutsche Post AG joint-stock company.

This day can be considered a reference point of postal infrastructure transformation not only in Germany, but also in Europe and then in the whole world. If in the early nineties addressees received only a quarter of mail within acceptable time period, by the end of decade already 95% of letters were delivered next day after sending.

The new level of quality of services was to the taste of the postal operator customers and they wanted to receive the same service in any place of Europe. In December 1997 the federal law was adopted. This law enabled Deutsche Post AG to expand an area of operations beyond the German state borders and to create a uniform system of postal delivery and a unified set of services across all Europe. The movement to the German postal workers cherished goal began: to become No. 1 in the continent logistics services market.





1

GERMAN MIRACLE

On the European continent there is probably no any other postal administration which has been quite successful in implementing its most ambitious plans

- 1 Keeping traditions
- 2 Mailbox — still connecting people
- 3 DPDHL HQ

The year of 1998 became the year of Deutsche Post transformation from the national postal operator to the European logistics player distinguished by the German pedantry and accuracy. Just at that moment the first all-European Euro express service network operating in cross-border trade was built.

The offer was so timely that in several years after the network launch, Deutsche Post confirmed its leadership in express delivery all over Europe.

Further not less successful external acquisitions followed. Purchase of transport carrier DHL International and the USA leading private postal operator Global Mail opened the American market for Germans. Seeing the postal workers progress the German government gave them up its share in Deutsche Postbank. Soon it was followed by an ambitious statement of purchasing the oldest Swiss logistics operator Danzas (in the international market since 1815) and the American air-freight operations leader Air Express International with its branches, logistics hubs and customs terminals in 135 countries of the world.

New assets became parts of the uniform transcontinental business. Actually from this moment Deutsche Post AG began offering all over the world its “magnificent four”: postal services, express delivery, logistic and financial solutions for business.

In November 20, 2000 the Post entered the IPO, which became the largest initial offering of the year in Germany and the third in the world. When this happened 145 postal employees obtained privileged subscription shares and became rightful co-owners of their own enterprise.

In 2000 the German top management approved the well-known STAR programme consisting of 115 projects with the common objective to reach EBITA of 1.4 billion euros by 2005. Saying ahead they exceeded the target by more than 40 million euros. In addition in February 2012 Deutsche Post DHL successfully completed the four year gradual withdrawal from the banking business getting from Deutsche Bank 2.79 billion euros for 86.4 million shares of Postbank and increased its focus on logistics.

What is the key to success of the STAR program? Before that any innovation

Story by:
Grigory Subbotin.

Source: Deutsche Post
DHL Milestones 1990–2013



fit into the company's architecture as a component for one of the three brands — Deutsche Post, DHL or Postbank. However this approach outdated. “One brand — one image of the company inside the mind of customers”— the Germans decided. And they got their money's worth. Synergy with a bias for DHL only at the first stage yielded increase in the operational profit by more than 40%. In general today Deutsche Post DHL has the infinite spectrum of various logistic solutions anywhere in the world. As they emphasized within the company “We are aiming at becoming choice No 1 not only as a transportation carrier, but also as an employer and a facility for investments. We are helping our customers, employees and investors to become more successful.”

“

There are only a few countries which will serve as our basis in the future. These are China, India, Brazil and Russia, in other words, BRIC countries and Mexico as well. The future, definitely, lies with them

”



Frank
Appel

President and
Chief Executive
Officer Deutsche
Post



DHL MEANS:

1. DHL Express – expedited shipments from door-to-door in 220 countries of the world
2. DHL Global Forwarding – logistics of any arrangements from standard operations and solutions to individual industry projects
3. DHL Supply Chain – leader on the market of contract logistics
4. DHL Global Mail – international expert in customized postal services and B2C solutions for parcel delivery





ASTANA

TERRITORY
2 724 900 km²

POPULATION
17 417 000



30,5

BLN TENGE – ANNUAL
INCOME OF JSC
KAZPOST
approximately \$170 mln

0,1

MLN PARCELS
PER YEAR

7

MLN MAIL ITEMS
PER YEAR

3 119

POST OFFICES

21 956

EMPLOYEES



KAZAKHSTAN POST

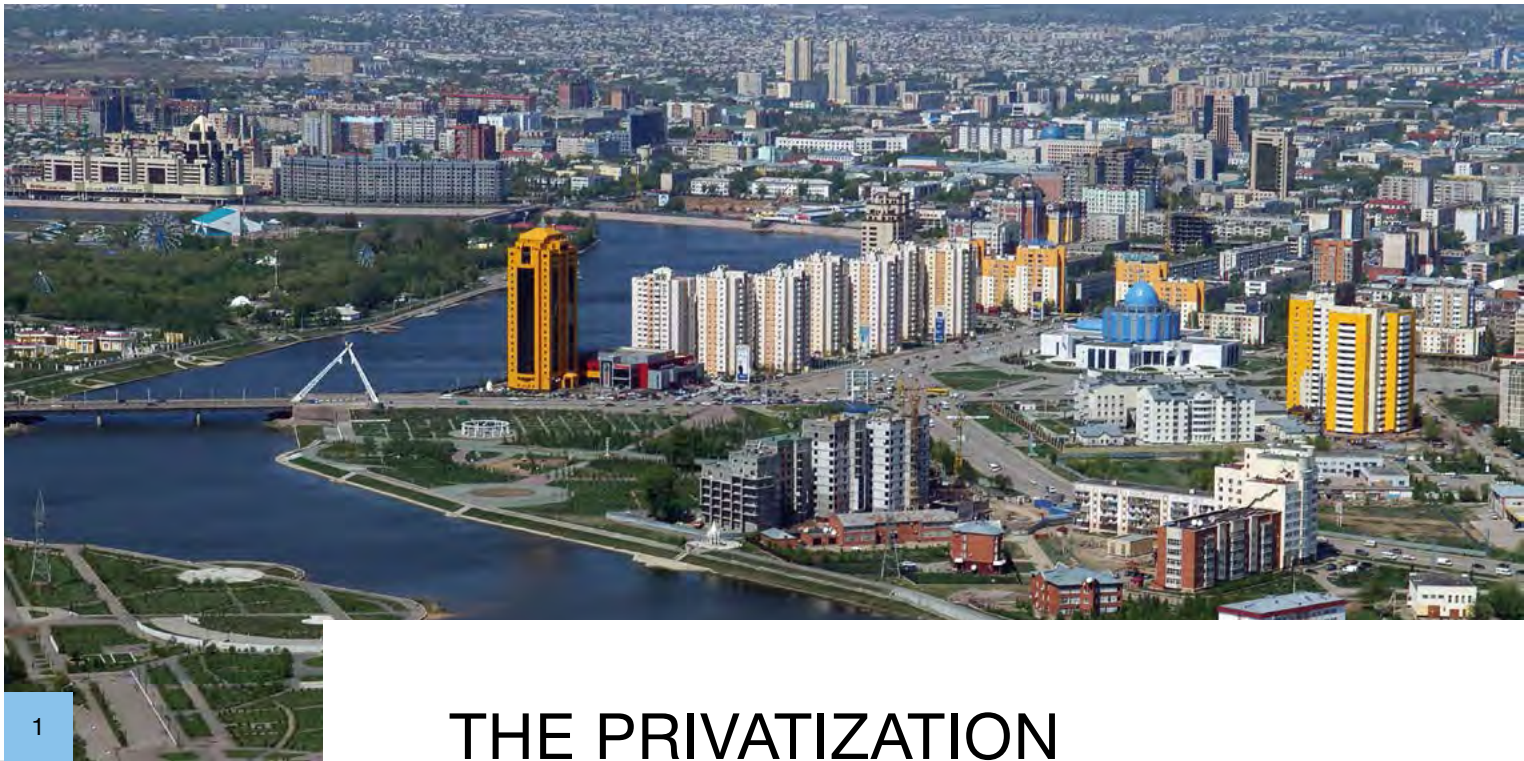
JSC “The Kazpost” business transformation program was launched in June 2014.

Basically, the program aims at building-up a single, transparent, standardized process model, identifying the business processes that need to be automated, analyzing skills and competencies of personnel required to perform new tasks and increasing their level.

At present the company has successfully completed the preliminary stage “Preparation and mobilization” and is proceeding to the next stage “Diagnosis and design”. The primary target of the current stage is thorough analysis of company’s business processes in order to define changes needed to increase productivity.

Different projects and solutions are already being implemented by Kazpost within the transformation process. These solutions include installation of self-service parcels picking points, introduction of SMS delivery notifications, launching of the web portal (www.postmarket.kz) in order to provide subscription and online shopping service. In addition, the company launched “hybrid mail” project intended to reduce delivery time from 10 days to 1 day.





1

22

THE PRIVATIZATION OF KAZPOST: BENEFITS AND PERSPECTIVES

Bagdat Mussin, Chairman of the Management Board of Kazpost JSC describes undeniable benefits of privatization

- 1 Astana is a modern metropolis and its residents` require high quality of services
- 2 Innovations are implemented in all spheres and activities of Kazpost
- 3 Entry to a modern office of Kazpost

In the field of postal services activities of Kazpost are regulated by the Committee for Communication, Information and Informatization under the Ministry of investments and development of the Republic of Kazakhstan, while the field of financial services is regulated by the National Bank of RK.

“We closely cooperate with the Committee on matters related to the universal postal service tariffs, delivery of periodicals. We take an active part in the development of the Postal Law. Along with this, interaction with the authorities is the same as with customers: the Supreme Court and the General Prosecutor’s Office use our services, cooperation is based on customer-supplier relationship and clearly spelled out in the contracts, they are our business partners” — Mr. Bagdat Mussin, Chairman of the Management Board of Kazpost JSC says.

The process of the enterprise transformation is conducted giving due consideration to the geography of the country and company’s legal status (by now

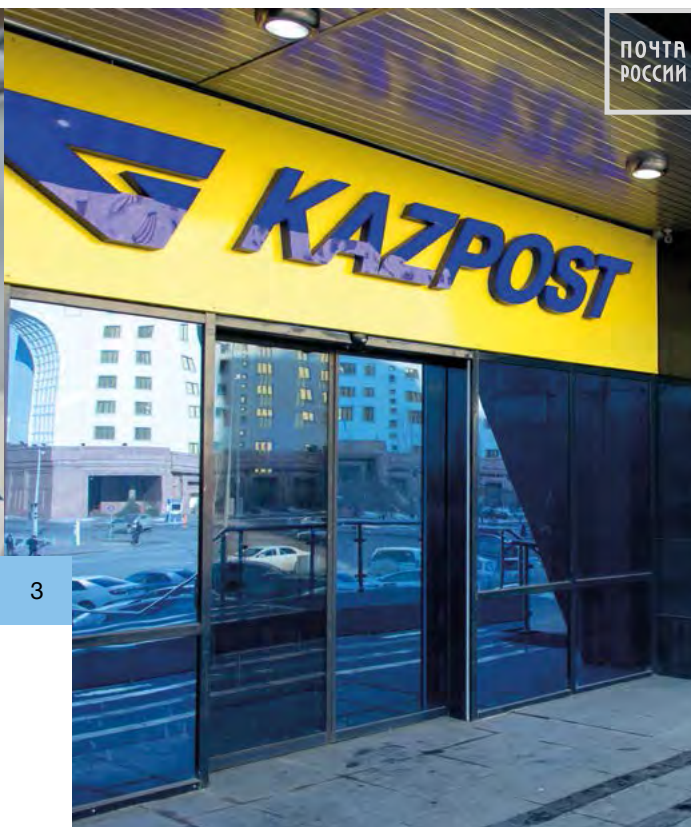
Kazpost is a joint-stock company). As part of this process the key decision has already been taken: not to abolish rural branches, but to develop them introducing new services. “One can and has to find other ways to reduce costs,” Mr. Mussin believes.

One of the first measures to optimize top management costs was discontinuation of flights in business class for chief executives. Besides, fixed routes and GPS trackers were not used in the company’s logistics in the past. By implementing these innovations and at the same time switching over more than 300 cars to gas, we saved around 20% of fuel. Customer personal data processing systems have been upgraded, and now there is no need to fill in forms; it is enough to provide an operator with your personal data, which will be entered into the database. Thus we want to reduce the use of paper forms by 50%.

During transformation Kazakhstan postal workers make every effort in order to attract human resources from the leading companies. “In the context of marketing



2 3



in Kazakhstan the telecom operators can share their best practices and that is why we invited the marketing director who has experience in this field” the head of Kazpost notes.

With regard to mutually beneficial cooperation with the “northern neighbour” Bagdat Mussin is confident in its long-term benefits: “Not only historical factors, but also joint projects aimed at the development of our companies have been making a bond between us and Russian Post for many years. Today it is important for us to promote cross-border relations. Besides, we hold discussions on delivery times for transit of international postal items from the People’s Republic of China to the Russian Federation through Kazakhstan.

“

An important issue within Kazpost and Russian Post cooperation is maintaining of postal security and organization of joint activities to ensure safety of international postal items and to intercept prohibited items in mail

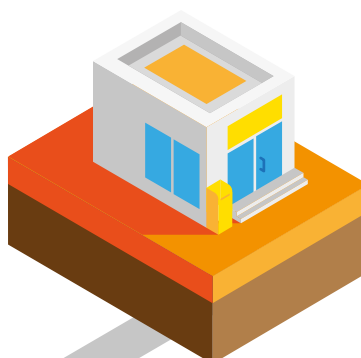
”

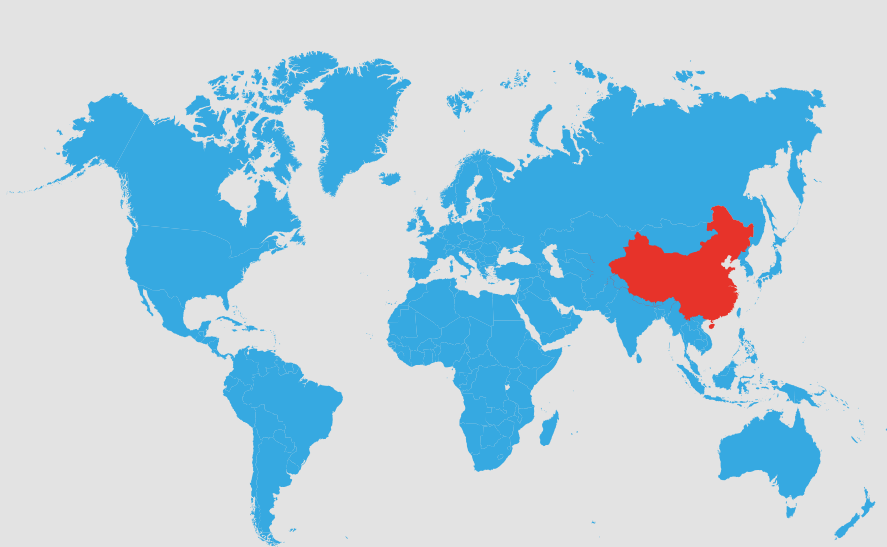


**Bagdat
Mussin**

Chairman of the
Management Board
Kazpost JSC

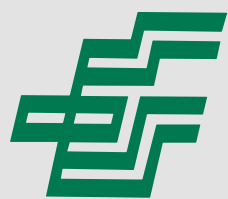
Publishing consultant





TERRITORY
9 596 960 km²

POPULATION
1 366 499 000



中国邮政
CHINA POST

6 340

MLN MAIL ITEMS
PER YEAR

33,2

BLN SDR* ANNUAL
INCOME OF CHINA
POST GROUP
approximately \$46,4 bln

69,3

MLN PARCELS
PER YEAR

382 000

POST OFFICES

out of them 300 000 are
under franchise licenses

900 000

EMPLOYEES



Source: Annual report, 2014

*SDR – Special Drawing Rights, are supplementary reserve and payment assets of the International Monetary Fund



CHINA POST

China Post is the state enterprise and the national postal operator of the People's Republic of China.

The largest international mail sorting centers in China are located in Beijing, Shanghai, ShenZhen and Guangzhou. The first two centers are the most up-to-date facilities, and the international airports of Beijing and Shanghai are exactly the ones through which main streams of international mail flow.

Logistics terminals and storage facilities of China's largest sellers and online retailers from which buyers worldwide order goods are also concentrated here.

China Post keeps its profile, providing the appropriate level of services both to corporate clients which have turnover of billions CNY and individuals — recipients of postal items around the globe.



1

POSTAL DRAGON

China Post gave rise to the entire sectors of the economy, in particular, to financial and logistics markets

- 1 Postal freight leaves China without a break
- 2 Post office nearby Russian border
- 3 More than 40 thousands offices of Postal Savings Bank of China are created within regular post offices

In 1949, mail exchange among the regions was badly presented. Just a few decades later (for China with its thousands of years history it is practically instantaneously) the country already had 5 million kilometers of surface and 230 thousand kilometers of air routes by which 5 billion of first class letters and 25 billion of newspapers and magazines were transported annually.

A real honour of China Post is its in-house bank — Postal Savings Bank of China (PSBC), one of the most successful postal financial institutions in the world.

Postal Savings Bank of China was established on March 20, 2007 as a commercial project aimed at supporting the reform of the country's postal system. It completely justified its purpose, having occupied the empty niche of financial institution for farmers, small and medium-sized businesses in rural areas.

PSBC quickly hit top five leaders in the country, operating only in the low-price segment, which many investors considered too risky at the time. Among other things, a positive image and brand awareness of China Post were very helpful. Postal Savings Bank of China is continuously diversifying its services and

products, expanding distribution channels and improving service functions based on postal network's advantages, in particular, its "penetration factor" — the presence at all remote corners of the country.

Being the seventh largest Bank in the PRC, PSBC anticipates earning 25 billion US dollars for an initial public offering of securities, which it plans to conduct in 2016.

More than 70 percent of PSBC outlets are located in rural areas where the Bank has built Sannong centers — the centers of financial services, microcredit, and consultations for the population on financial issues.

Microcredit is a long-term strategy of PSBC: in 2013 the Bank served more than 7.5 million beneficiaries, having processed more than 13 million transactions for over 811 billion yuans (more than \$130 billion).

A unique experience in this field helps the Bank to effectively update its business model, while supporting the state policy aimed at the development of micro-enterprises.

Story by:
Alexandra Barabanova

Based on:
chinapost.com and
business publications



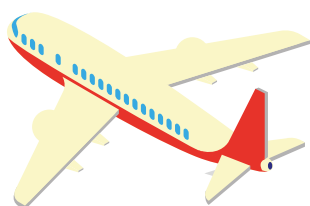
ПОЧТА
РОССИИ

№2 (119) 2015

Cover Story

POST
WITHOUT
BORDERS

2 3



Unlike the “city” commercial banks with low operating efficiency and high cost of marketing, PSBC uses its own customized credit technology adapted to strategic objectives in respect of microcredit and services for people outside of large cities.

PSBC even became the author of the “new talents strategy”, the training program for financial experts familiar with special features of cooperation with farms, small and medium businesses in rural areas.

Li Guohua, President of CPG in March 2015, made the following assessment of its dear enterprise:

“Relying on a business model based on both self-management and franchising, the bank has developed quickly in recent years, meeting the demands of customers, regardless of where they live”.

“

It is a true and pure savings bank,” said the head of one Chinese investment fund that is considering participation in IPO. “Its ability to collect deposits is very, very strong and because it doesn’t have a huge loan book, the overall risk is very, very low

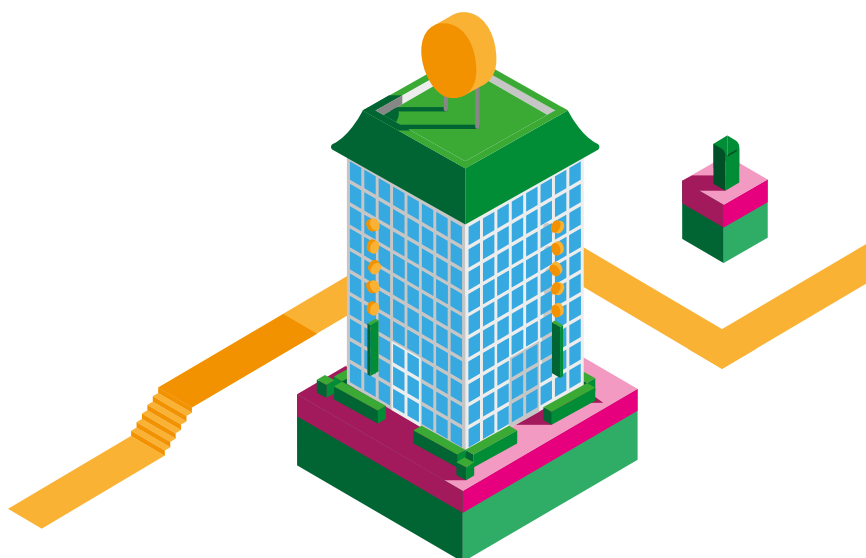
”



Li Guohua

President
China Post
Group

27





TERRITORY
78 866 km²

POPULATION
10 505 000



32 850

EMPLOYEES

3 314

POST OFFICES

0,6

BLN SDR* ARE UNDER
FRANCHISE LICENSES
approximately \$895 mln

0,3

MLN PARCELS
PER YEAR

131

MLN MAIL ITEMS
PER YEAR

Source: www.ceskaposta.cz

*SDR – Special Drawing Rights, are
supplementary reserve and payment assets of the
International Monetary Fund



CZECH POST

The state enterprise Ceska Posta (Czech Post) was established on January 1, 1993 at the dissolution of Czechoslovakia. It was separated both from Slovakia Post and the telephone communication.

The mission of Czech Post is to be a reliable provider of high quality services in the area of information, payments and goods via both traditional and electronic communication means.

Over 3000 post offices provide services all over the country. The Post offers national and international postal, express and financial services. There are eleven collection and sorting points and seven units: Central Bohemia, South Bohemia, West Bohemia, North Bohemia, East Bohemia, South Moravia, North Moravia under the jurisdiction of the Head Office.

In March 1993 Czech Post became member of the Universal Postal Union and successfully integrated into the international postal community. Today Czech Post is a company which offers high quality services and guarantees reliable and prompt mail delivery to any point in the country.



1

30

SATISFIED CUSTOMER THE KEY TO THE POST'S SUCCESS

- 1 Post Office in the Czech Republic
- 2 Nowadays Czech Post delivers 93,11% letters in time
- 3 Post Office in a suburbs of Prague

You may have good services, reasonable prices, however, if employees are unable to explain and to sell the service, the company will never have a good image

Czech Post is one of the main links in the communication system of the country. Not only the Czechs themselves, but also companies, businessmen and governmental authorities use postal services on a daily basis. Every customer of Czech Post directly meets with the employees at post offices and with those who are in charge of delivery. They are representatives of the company. On the basis of their willingness to help the customer an image of the whole company is made. Therefore the work with our employees is very important for us.

“After my appointment to a position of Director General I employed people which are beneficial for the company. Each of them is a highly qualified expert in the activity that he performs”.

Czech Post provides universal postal services and works towards making them more efficient. The current activity of the company is defined by four main tendencies influencing the market and competitive landscape: emergence of

new technologies, transformations in communication models (resulting from the rapidly developing Internet services), changes in the customer requirements and liberalization of postal services.

“Communication channels at Czech Post are permanently changing and developing. Czech Post faces every year decrease of letter post items approximately about 8-10%. We have to react to this trend and therefore we come up with innovations, new products and services that should improve economic situation of the Czech Post”.

In the Czech Republic you can send by post not only a letter or a parcel, but also to remit money, make utility payments, buy a lottery ticket, a stamp, a simcard, a travelling “znamka” for toll roads, a car first aid kit, “kolky”, as well as to scan or copy a page, send or receive a fax message. And the most important is the functioning of the indispensable Czech Points units at post offices.

The specialized Czech system the CzechPoint offers inexpensive services nearly in every Czech post office: notary



2 3



certification of documents and signatures, information inquiries from various cadastral registers (land registers, trade registers and so on), police clearance certificate, driver's card with points for traffic disturbance.

In the Czech Republic pack stations are divided into large and small. For the customer's convenience large park stations are equipped with special machines which give tickets depending on the required services. They operate 24h: parcels and letters are accepted even during the night time.

Before going to a post office a preliminary cost of a parcel can be estimated. For this purpose on the site of Czech Post there is a special calculator. Using the same site you can T&T EMS items as well.

If you have clients that trust you they will surely come back to you. Satisfied customer is a big potential for a future and also a factor on which it is possible to develop further.

“

Czech Post of course could not match with the size of Russian Post. With regardless to number of employees or range of logistics network, each designated operator worldwide has the same target that is satisfied customer

”



**Martin
Elkan**

Director General
of Czech Post

Publishing
consultant





HELSINKI

TERRITORY
338 430 km²

POPULATION
5 180 000

posti

994

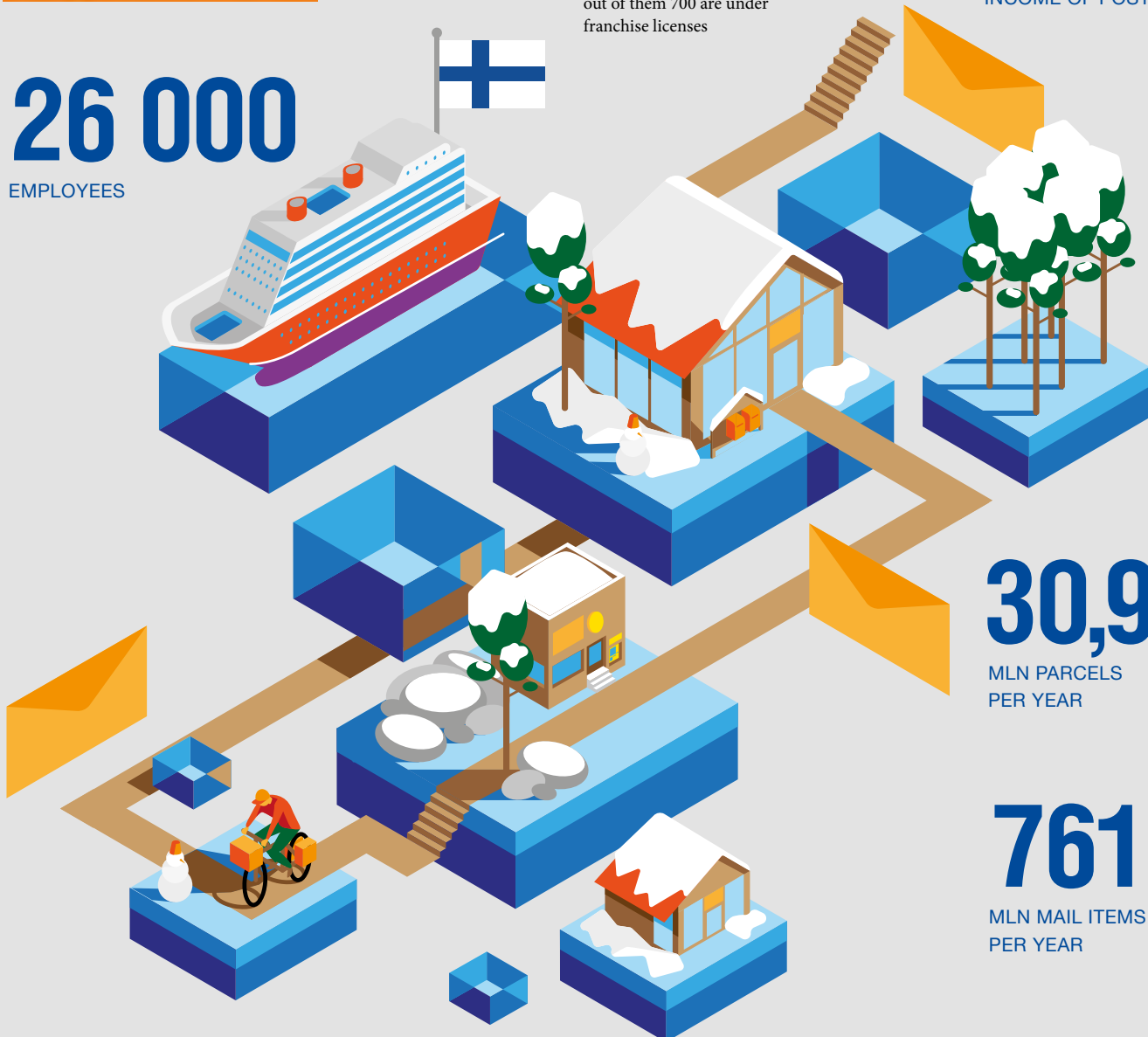
POST OFFICES
out of them 700 are under
franchise licenses

1,9

BLN EURO – ANNUAL
INCOME OF POSTI GROUP

26 000

EMPLOYEES



30,9

MLN PARCELS
PER YEAR

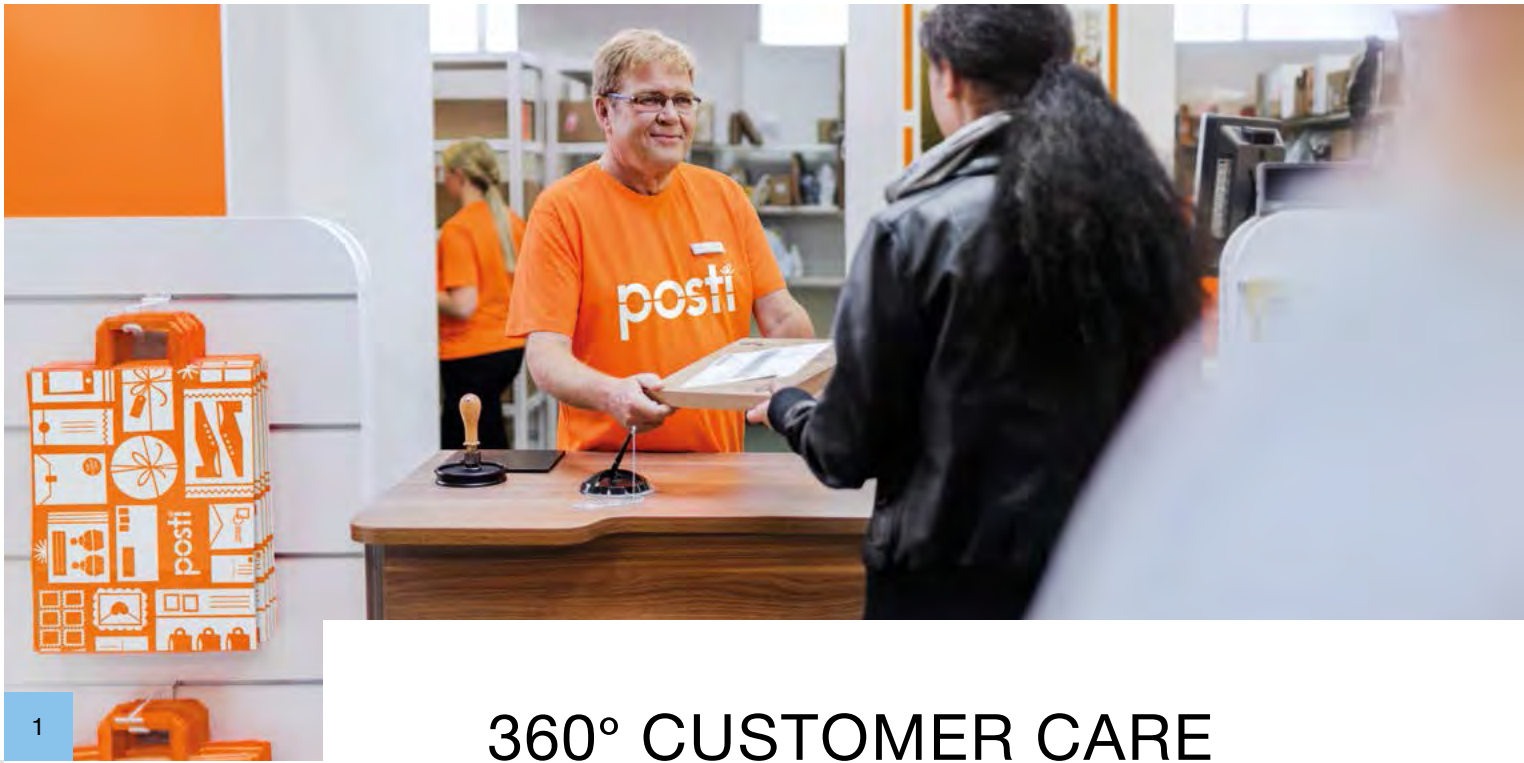
761

MLN MAIL ITEMS
PER YEAR



FINLAND POST

Posti Group — international service-company, which belongs to the Government of Finland and provides services in the field of informational technologies, logistics and postal network. The company's activities include three business directions & Itella Russia - logistics company in Russia, which correspond to four business groups: OpusCapita — processing, management and distribution of information. Services provided by this unit include processing of the accounts, management of logistics chain and flow of documentation. Parcel & Logistics services — freightage by sea and air transport, forwarding and warehouse services. Itella Mail Communication — delivery of correspondence, printed materials, as well as newspapers and magazines in Finland. This business-group serves customers under the name “Finland Post” or “Posti”. It provides delivery services including correspondence and printed materials in Finland and is responsible for issue of all Finnish stamps.



1

360° CUSTOMER CARE

Special attitude towards the customer needs is a distinctive feature of the Finland Post

- 1 Post offices in Finland look like gift shops
- 2 Mailboxes along of the road
- 3 Finnish postman on the route

The national postal operator of Finland has a modern and comprehensive retail network comprising 1400 service points. The majority of them are in shops and service-oriented companies which operate according to the extended schedule. It gives Posti Group clients an opportunity to use postal services at any time convenient for them.

As the statistics shows, in 80% of cases customers use service points for receiving parcels.

“Therefore we have increased the number of parcel pick-up points. We are constantly developing our electronic services. All our postal services are available online and in a mobile application. We want our clients always have an alternative and everyone can find the most acceptable option for using our services”, — underlines Mr. Heikki Malinen, President and CEO, M.Sc. (Econ.).

“We take care not only of our customers well-being, but also of the environment. The solution of the problem of carbon-dioxide emissions in Finland has been a focus for us. Thanks to the modern technologies we have made real progress in this aspect. So, last year we managed to reduce our fuel consumption by 6% compared to 2013. Now

we have set an ambitious target of reducing volumes of carbon-dioxide emissions in the atmosphere by 30% by 2020”, — says Mrs. Jaana Jokinen, SVP, Human Resources.

According to Mrs. Sanna Ahonen, SVP, Corporate Development, the special attention is paid to the corporate culture. The common management format accepted in the company is based on the core principles which determine what actions are expected from a good leader and set value-based guidelines that all managers at all levels can lean on in their daily work.

In Posti Group the following values lie at the heart of management: “Together with customers on the way to success”, “Continuous optimization and innovations”, “Responsibility in everything” and “Team work leads to a victory”.

The quality of management in Posti Group is annually analyzed and taken into account while drawing up the appropriate managerial development programs. By means of special studies and also 360° assessment, management efficiency is estimated in an integrated manner. Corporate responsibility is part of daily work in Posti Group.



2 3



“Posti Group has a long history of international cooperation with Russian Post within the Universal Postal Union. The unprecedented growth of e-commerce in Russia at an annual rate of 20-30% and the related growth of parcel traffic in particular represent a significant opportunity for fruitful interaction of both companies. We are a reliable channel for business with Russia” — emphasizes Nikolay Voinov, President, Itella Russia, M.Sc (Tech.), M.Sc. (Econ.).

“

Being a CEO of a large postal company in Finland is really a full time job leaving only restricted time for private life. But for me it is not a problem, but it is a matter of attitude. I like my work and don't count the hours

”

№2 (119) 2015

Cover Story

POST
WITHOUT
BORDERS



35



Heikki
Malinen

President and CEO
Posti Group

Publishing consultant



ITELLA LOGISTICS IS:

- 1 45 warehouses in 8 countries with common square of 1 mln. sq.m.
- 2 Air transfer, LTL (delivery of general cargo) and logistics solutions for electronic trade
- 3 Fulfilment and “Last mile”
4. Co-packing (customized promo-packing)
5. Two active (St.Petersburg and Yekaterinburg) and three upcoming (Novosibirsk, Rostov-on-Don and Samara) cross-docking grounds





FROM “CIRCUS” TO “OLD TOYS”

In 2002 PostEurop organized a competition for the best stamp design. Russia has been participating in the competition from the very beginning and became the 2012 prize winner

All official stamps issued under EUROPA program by the postal operators – members of PostEurop participate in the competition.

It is remarkable that the competition is held in two formats: by on-line voting in which any volunteer can participate and by presenting the nominees' works to a special jury consisting of the invited philatelic experts.

The special committee prize for the best stamp design was established in 2011. The selection of the best stamp, according to the members of the jury, is always a difficult task. The experts evaluate both the relevance of the postal stamp subject to the officially announced competition theme and creativity, as well as the national character depicted in the stamp composition and graphic arts quality. The first theme of the on-line project in 2002 was “Circus”. Malta turned out to be the first winner of the new competition. PostEurop special Stamps and Philately working group annually defines the theme of the competition. Every two years the working group organizes

a European Philately Forum with the active participation from all PostEurop members. The Forum determines the competition theme for the next year. For example, in 2015 it was “Old Toys”.

Russia won this competition in 2012. The postage stamp «Visit to Russia», which depicts the hostess of the house in Russian national costume, welcoming guests with bread and salt was the winner at that time. It was awarded the Grand prize of the jury. The postage stamp issued in Russia this year depicts Dymkovo toy «Merry-go-round» and Russian nesting dolls.

A stamp design competition is an annual significant event for philatelists. The postage stamps EUROPA allow the participating countries not only to accentuate their national peculiarities, but also to introduce them to other PostEurop members.

A competition for the postage stamp best design — is the creative platform where cultural values, which represent common interests and objectives of all the participating countries, can be exchanged.



2



3



4



5

1 The beloved hero of the Hungarian children's book — the little bear Vakor

2,3

The traditional Maltese toys — a buggy and a hoop

4 The National Finnish plucking instrument — Kantele

5 A truck for mail transportation, used in 1933 — Finland

37



6



7

6 In 2009 — International year of astronomy – for the second year in a row the winner was the stamp from Hungary

7 The national symbols of Hungary — pepper and Tokaj vineyards

8 The first stamp — the winner of the competition — the circus, depicted by Malta

9 Magnificence of Turkey on one stamp

10 Baglama — a favorite folk instrument of Turkey

11 The postage stamp "Visit to Russia" is a winner of 2012



8



9



10



11